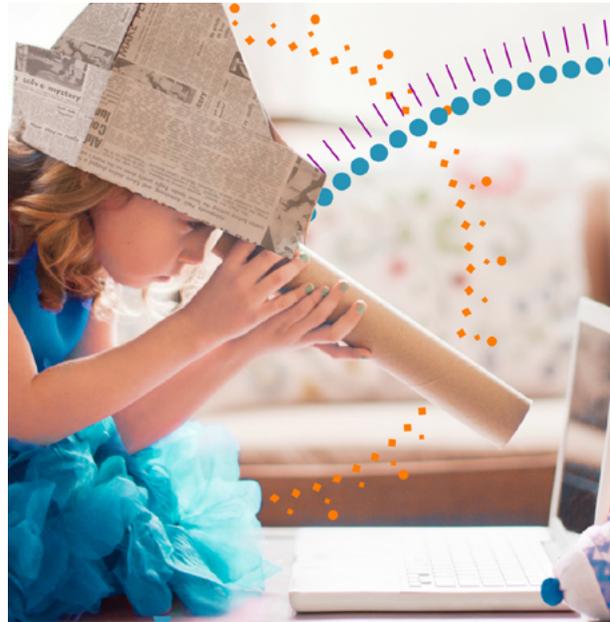




Hacia una compañía
sostenible y
de largo plazo

Índice



Carta al accionista 4

1 Conectados, estrategia y modelo de negocio 9

2 Responsabilidad y bienestar digital 73

1.1. Telefónica de un vistazo	11
1.2. Un contexto de cambio	20
1.3. Principales hitos de negocio en 2018	22
1.4. Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal	24
1.5. Una conectividad más humana	33
1.6. Una compañía de plataformas inclusiva con el cliente en el centro	34
1.7. Nuestra relación con los grupos de interés	48
1.8. Aspectos materiales de nuestra actividad	54
1.9. El vector de la innovación	57
1.10. CASE STUDY FLAGSHIP: Internet para Todos	64
1.11. CASE STUDY FLAGSHIP: Transformación de la red fija en España: de cobre a fibra	68

2.1. Un entorno digital seguro para nuestros clientes	75
2.2. Digitalización y medioambiente	94
2.3. Implicados en el bienestar social	125
2.4. Nuestro equipo marca la diferencia	136
2.5. Los proveedores, nuestros aliados	162
2.6. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio	175
2.7. CASE STUDY FLAGSHIP: Internet de las Cosas: clave para la eficiencia energética	194
2.8. CASE STUDY FLAGSHIP: Blockchain en la cadena de suministro	198
2.9. Anexo	202

3 Evolución de nuestros negocios **225**

3.1. Principales aspectos del ejercicio 2018	226
3.2. Resultados consolidados 2018/2017	229
3.3. Resultados por segmentos 2018/2017	235
3.4. Principales aspectos del ejercicio 2017	258
3.5. Resultados consolidados 2017/2016	261
3.6. Resultados por segmentos 2017/2016	267

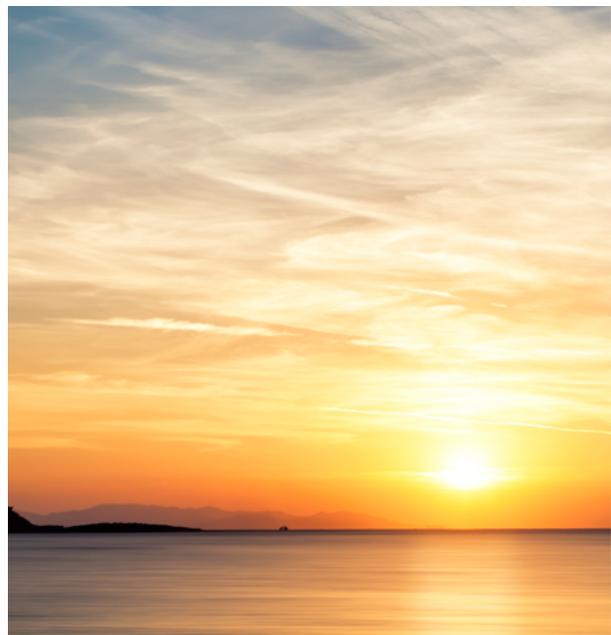
6 Otra información **315**

6.1. Liquidez y recursos de capital	316
6.2. Acciones propias	319
6.3. Acontecimientos posteriores	321
6.4. Información sobre el periodo medio de pago de las compañías españolas	323
6.5. Glosario	324

4 Riesgos **291**

5 Informe anual de Gobierno Corporativo **313**

Existe información pública más detallada en el Informe de Gobierno Corporativo de Telefónica.



Carta al accionista

José María Álvarez-Pallete
Presidente de Telefónica



Hoy ya estamos más cerca de ser la compañía que queremos ser que de la compañía que orgullosamente fuimos

Hace tres años intensificamos una transformación de Telefónica que habíamos iniciado algún tiempo atrás. Esta transformación está convirtiendo una compañía histórica de servicios de voz en una compañía tecnológica.

Emprendimos este camino cuando pocos lo atisbaban. Fuimos pioneros. Lo decía Hemingway: *"En las encrucijadas decisivas de la vida no hay señales indicadoras"*. Telefónica acertó a ver el camino de la transformación tecnológica de su Compañía, nuestra Compañía, y nos propusimos seguirlo.

Pues bien, puedo asegurarle que hoy ya estamos más cerca de ser la compañía que queremos ser que de la compañía que orgullosamente fuimos:

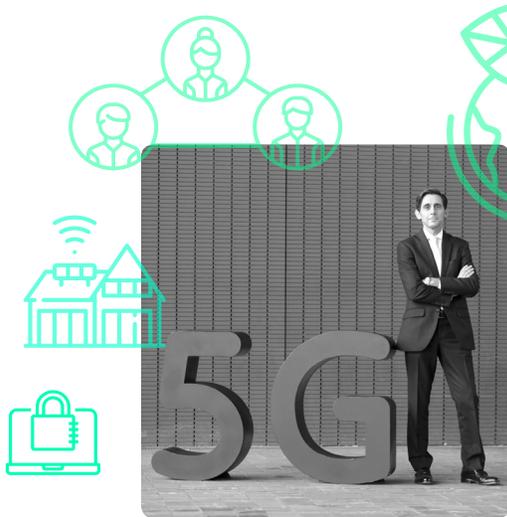
- » Somos ya una compañía tecnológica que está en el corazón de la revolución digital que estamos viviendo, porque el motor de esa revolución es la conectividad que ofrecemos a nuestros clientes. Una conectividad inteligente sobre nuevas redes de alta velocidad, flexibles, seguras y avanzadas que integran elementos de inteligencia artificial.
- » Somos una compañía tecnológica porque, sobre esta conectividad inteligente, brindamos los nuevos servicios digitales que demandan los clientes.
- » Somos una compañía tecnológica que está a la vanguardia de las nuevas tecnologías, hace un uso pionero de la inteligencia artificial en su modelo de relación con el cliente y en sus procesos y sistemas de gestión.

- » Somos una compañía tecnológica que se aproxima al modelo de "Todo Digital".

Siempre es complejo promover un cambio en organizaciones de historia dilatada y de grandes dimensiones como es el caso de su Compañía. Y, pese a ello, 2018 ha sido el año en que hemos cruzado el ecuador de la transformación de Telefónica, a la vez que:

- » **Ganamos relevancia en la vida de nuestros clientes.** A finales de 2018 alcanzamos 356 millones de clientes, clientes con los que tenemos una relación de mayor valor y que cada vez están más satisfechos. Tenemos más clientes de banda ancha con fibra o cable que con cobre, y los clientes de contrato ya suponen la mitad de los clientes móviles. Y, aproximadamente, el 50% de nuestros clientes móviles disfrutaron ya de la tecnología 4G.
- » **Mejoramos en las principales magnitudes financieras:** crecen los ingresos y hemos pasado a ser un negocio de datos, que ya suponen el 53% de las ventas. También aumentan el resultado operativo y el beneficio neto, este último por tercer año consecutivo y en un 6,4%, hasta superar los 3.300 millones de euros, con unos márgenes que son referencia en el sector. Además, el flujo libre de caja, excluyendo espectro, sigue creciendo y supera los 5.000 millones de euros, por segundo año consecutivo.

En 2018 alcanzamos 356 millones de clientes, clientes con los que tenemos una relación de mayor valor y que cada vez están más satisfechos



- » **Mantenemos un ritmo de inversión alto** para reforzar nuestras plataformas tecnológicas, que nos hacen relevantes para nuestros clientes: 82.000 millones de euros desde 2012. Y lo hacemos siendo cada vez más digitales: el 65% de nuestros procesos están ya digitalizados.
- » **Reducimos la deuda neta de modo sustancial** en 12.000 millones de euros desde junio de 2016, tanto orgánicamente como a través de desinversiones de activos no estratégicos para la Compañía.
- » **Y mantenemos una atractiva remuneración a los accionistas**, con un dividendo sostenible de 0,40 euros por acción con amplia cobertura.

Sinceramente, no ha sido sencillo impulsar la transformación de Telefónica y cumplir, además, con estos objetivos empresariales. Hemos tenido que llevar a cabo esta transformación en medio de un entorno poco propicio, cuando no adverso, en el que confluían distintos factores: de un lado, turbulencias en mercados importantes de Latinoamérica y en Reino Unido; de otro lado, el recelo de los mercados hacia nuestro sector; por último, la atmósfera bursátil negativa del IBEX.

Pese a todos estos factores, Telefónica es hoy considerablemente más fuerte que hace 3 años y, aunque ya hemos visto una recuperación de la cotización de nuestra acción, estamos convencidos de que tiene todavía potencial de crecimiento para que refleje el auténtico valor de su Compañía.

Es cierto que un proyecto de transformación de una compañía de 95 años de historia y del tamaño de Telefónica exige esfuerzos y exige tiempo. Pero exige, sobre todo, una definición clara de su misión y de su estrategia a largo plazo.

Nuestra misión: hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas

No es casualidad que, al tiempo de acelerar nuestra transformación, redefiniéramos nuestra **misión**: “Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas”. Enunciada así, nuestra misión puede sonar tan amplia como ambiciosa; y lo es. Pero se comprende aún mejor cuando se explica dentro del contexto de la revolución digital que está transformando la economía, la sociedad y nuestras vidas. Telefónica tiene el empeño de asegurar que las personas y las sociedades puedan beneficiarse de esta revolución y no se vean arrollados por ella ni se queden atrás.

Se ha dicho, con razón, que la misión de una compañía no puede ser una simple frase vacía, sino su razón de ser fundamental; lo que hace a diario para generar valor para sus grupos de interés.

Nosotros estamos construyendo una compañía tecnológica no para el próximo trimestre ni para los dos siguientes; estamos conformando una compañía para los próximos 20 o 30 años. Y, cuando se trabaja en esa perspectiva de generación de valor a largo plazo, resulta esencial cumplir ciertos requisitos.

El primero es la creación de una relación de confianza con todos nuestros grupos de interés, comenzando por los clientes y fundamentada en su satisfacción. Y, en este punto, hemos alcanzado niveles récord. Nos estimula en este sentido haber sido reconocidos por segundo año consecutivo como la Telco más admirada de Europa y la tercera a nivel mundial, por Fortune.

Esa confianza, que debemos construir también con nuestros inversores y el conjunto de la sociedad, se alcanza además

con una gestión guiada por el respeto de los valores humanos. La protección de la privacidad y la seguridad de las comunicaciones o el uso controlado y ético de la inteligencia artificial son algunos de esos valores. En Telefónica promovemos una Carta de Derechos y Obligaciones Digitales, pues creemos que el nuevo mundo digital no debe acarrear una pérdida de derechos individuales y sociales que ya estaban asentados en el mundo analógico.

Estamos construyendo una compañía tecnológica para los próximos 20 o 30 años

El segundo requisito es el crecimiento. Más específicamente, un crecimiento inclusivo y sostenible. Un crecimiento que incluya al mayor número de personas y un crecimiento respetuoso con el medio ambiente.

La preocupación por la *inclusión* se plasma en numerosas iniciativas dirigidas a reducir la brecha digital y fomentar una conectividad inclusiva. Si hay un programa que ejemplifica este esfuerzo es "Internet para todos", que atiende ya a 600.000 personas en zonas remotas de Perú.

La inquietud por la *sostenibilidad* convierte en una prioridad el desarrollo de servicios con impacto positivo en el medio ambiente, como lo prueba que hayamos crecido a doble dígito en estos servicios en el último año.

El tercer y último requisito para una compañía que trabaja a largo plazo es la eficiencia, que implica la optimización de todas nuestras capacidades y en el que la digitalización, tanto de redes como de operaciones, es clave. En este ámbito, Telefónica es reconocida como líder en el mercado.

Así, hemos reducido nuestro consumo de energía sensiblemente y, además, nos nutrimos crecientemente de energía procedente de fuentes renovables, alcanzando ya en 2018 los ambiciosos objetivos que nos habíamos marcado para 2020. Esto nos ha permitido realizar con éxito la primera emisión de un Bono Verde en nuestro sector.

La confianza, el crecimiento y la eficiencia dependen en buena medida del equipo humano que integra la Compañía. Nuestros equipos están cada vez más capacitados con nuevas habilidades comerciales y tecnológicas. Y su composición refleja cada vez más la diversidad cultural, racial, generacional y de perfiles. Plasma además de modo creciente un equilibrio de género: si el 38% de nuestra plantilla ya está integrado por mujeres, ellas ocupan ya el 23% de nuestros puestos de dirección y tenemos el objetivo de seguir incrementando esta proporción.

En resumen, ninguna gran compañía es sostenible a largo plazo si no genera beneficios para todos los grupos de interés con los que se relaciona. Aquellas empresas que no tengan como valor principal contribuir al desarrollo de las sociedades acabarán desapareciendo.

Puedo decirle con satisfacción que la actividad de su Compañía contribuye al desarrollo social por muchas vías. Genera un impacto en el PIB de más de 53.000 millones de euros en los países donde operamos, un aporte fiscal al presupuesto público de más de 10.000 millones de euros, es decir, 21 euros de cada 100 euros facturados, y más de 1,2 millones de empleos directos e indirectos. Esto le da una idea de la magnitud de la aportación social que su Compañía realiza.

En Telefónica estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Como reflejo de nuestro compromiso con el largo plazo y la sostenibilidad, a partir de este año, en la remuneración variable de todo nuestro equipo se toman en cuenta factores como *la confianza del cliente, la confianza de la sociedad, la igualdad de género o el cambio climático*.

En mi carta del pasado año y también en mis intervenciones ante las Juntas Generales de Accionistas de anteriores ejercicios me referí ampliamente a la ola de tecnología que se avecinaba. Fuimos pioneros al advertirlo. *"Vivimos un momento único porque nunca en la historia de la humanidad se ha producido una acumulación de tecnología como la actual... Confluyen a la vez la realidad virtual y aumentada, la explosión de la conectividad, el internet de las cosas, la biotecnología, la robótica, el blockchain, la softwarización de todo y la aceleración de la inteligencia artificial..."* Fueron algunas de las expresiones que utilicé.

Les hablé también del reconocimiento de voz o de imagen, de las posibilidades de la impresión 3D o del aprendizaje profundo.

Algunos accionistas celebraron entonces este espíritu de anticipación; otros me transmitieron su curiosidad y su sorpresa ante una temática que parecía aún remota. Pues bien, no ha transcurrido tanto tiempo y ya el coche que se pilota solo circula por algunas carreteras. La inteligencia artificial se ha convertido en poco tiempo en una expresión familiar. Hoy ya utilizamos de forma constante y casi cotidiana el reconocimiento de imágenes.

Todas estas cosas, que parecían ciencia ficción hace tres años, están sucediendo hoy y están pasando por nuestras redes.

Ahora corresponde hablar de otro fenómeno que está ya impactando en nuestro negocio: la explosión del mundo de la inteligencia cognitiva. Para hacernos solamente una idea mencionaré que mientras la base de datos de Walmart, el primer minorista norteamericano, genera 40

petabytes de datos al año, Facebook genera 4 petabytes al día. Los coches conectados, con sus sensores, van a generar 40.000 petabytes al día y dentro de muy poco habrá 100.000 millones de personas y cosas conectadas. El tráfico de datos va a seguir aumentando de forma exponencial. Y ello sitúa a las infraestructuras en el corazón de esta transformación y habla de la relevancia de nuestras redes.

La experiencia digital de nuestros clientes cambiará radicalmente en poco tiempo. En la conectividad fija, el tránsito del cobre a la fibra está produciendo ese salto y otro tanto sucederá en la conectividad móvil con el 4G potenciado hasta llegar al 5G.

Se necesitarán redes aún más rápidas, redes mucho más capaces, redes mucho más seguras, redes mucho más simples, con menor latencia, mucho más inteligentes. Y a lo anterior se suma el *edge computing*, que requiere una red preparada para procesar los datos generados por el internet de las cosas más cerca de donde se crean. Todo ello abre nuevamente un mundo de oportunidades para nuestra Compañía.

Telefónica tiene un futuro espléndido por delante porque es capaz de generar valor a largo plazo para todas las sociedades donde opera y para todos los colectivos con los que se relaciona

La historia de Telefónica es una historia de permanente cambio. La suya, la nuestra, es una compañía forjada en el cambio. Y como recordaba Stephen Hawking: *"La inteligencia es la habilidad de adaptación al cambio"*.

Nacimos como compañía para desplegar infraestructuras fijas, y lo hicimos. Para prestar en España un simple servicio de voz y esas raíces siguen impresas en nuestro nombre (Tele-Fónica).

En un momento dado, supimos ver que no era suficiente; que éste iba a ser un negocio de escala. Y se tomó la decisión valiente de salir de nuestras fronteras nacionales. Telefónica se convirtió en una gran multinacional. Vimos el mundo de los móviles y aceptamos el reto de convivir con redes fijas y móviles. Vimos la banda ancha y nos anticipamos a otros. Vimos más tarde llegar el mundo de la televisión y nos posicionamos. Entendimos que la conectividad sería clave y nos entregamos al despliegue de la fibra. Vimos el mundo de las plataformas y otra vez nos anticipamos.



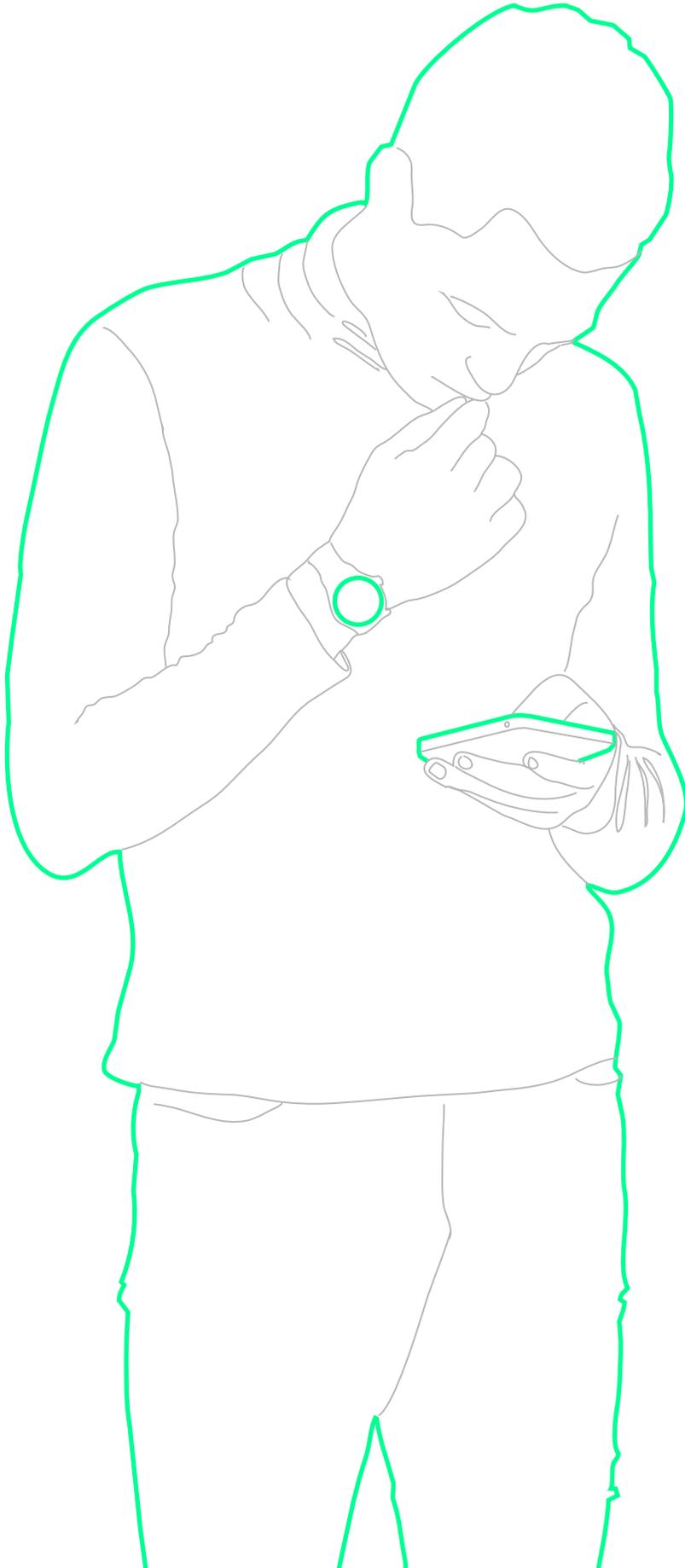
Las olas de oportunidad pueden acelerarse nuevamente. La conectividad nos ofrece una de esas enormes oportunidades de crecer, saliendo al encuentro del mundo del big data, y ya estamos listos para ello. Se acerca una cuarta ola derivada del mundo de la inteligencia cognitiva que nos hará aún más relevantes.

Puedo asegurarle que su Compañía, nuestra Compañía, hará honor a su historia y sabrá capturar todas estas oportunidades, apoyándonos en nuestras plataformas tecnológicas.

Telefónica tiene un futuro espléndido por delante porque es capaz de generar valor a largo plazo para todas las sociedades donde opera y para todos los colectivos con los que se relaciona: sus accionistas, sus empleados, sus clientes, sus proveedores.

Le agradezco el tiempo que ha dedicado a leer esta carta. Trata de resumir los hechos más relevantes que han marcado el desempeño de Telefónica durante el último año y las ideas que nos inspiran hacia un futuro lleno de oportunidades a nuestro alcance. Es, en todo caso, una carta escrita con absoluta franqueza para corresponder así a la confianza depositada en los gestores de su Compañía.

José María Álvarez-Pallete
Presidente de Telefónica



conectados



1

Conectados, estrategia y modelo de negocio

- » 1.1. Telefónica de un vistazo
- » 1.2. Un contexto de cambio
- » 1.3. Principales hitos de negocio en 2018
- » 1.4. Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal
- » 1.5. Una conectividad más humana
- » 1.6. Una compañía de plataformas inclusiva con el cliente en el centro
- » 1.7. Nuestra relación con los grupos de interés
- » 1.8. Aspectos materiales de nuestra actividad
- » 1.9. El vector de la innovación
- » **1.10. CASE STUDY FLAGSHIP: Internet para Todos**
- » **1.11. CASE STUDY FLAGSHIP: Transformación de la red fija en España: de cobre a fibra**





1.1. Telefónica de un vistazo

Telefónica es uno de los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones del mundo. Nuestro objetivo es crear, proteger y promover conexiones fijas y móviles para nuestros clientes, ayudándoles a tomar el control de su vida digital. Es por ello que, en los mercados en los que operamos, les ofrecemos la conectividad que necesitan para interactuar y vivir, a través de productos y servicios sencillos mientras protegemos sus datos y los gestionamos

de una manera responsable. Telefónica es hoy una Compañía que se basa en la tecnología actual para crear una sociedad mejor y más inclusiva. Nuestro propósito es ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de llegar al mundo digital sin importar su ubicación, estado económico o los conocimientos y capacidades digitales. Somos una Compañía completamente privada que en 2018 ofreció sus servicios en 17 países.

Una presencia diversificada

INGRESOS DE OPERADORA Y ACCESOS



(1) Centroamérica incluye las operaciones de telecomunicaciones en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá. El 24 de enero de 2019, Telefónica alcanzó un acuerdo para la venta de Telefónica Móviles Guatemala, S.A. y Telefónica Móviles El Salvador, S.A. de C.V. El cierre de la venta de Telefónica El Salvador está sujeto a las pertinentes condiciones regulatorias mientras que el cierre de la venta de Telefónica Móviles Guatemala tuvo lugar en dicha fecha. Asimismo, con fecha 20 de febrero de 2019, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. ha autorizado la venta de los negocios del Grupo Telefónica en Panamá, Nicaragua y Costa Rica. Se estima que el cierre del acuerdo tenga lugar en el corto plazo.

102-5
102-6
102-7

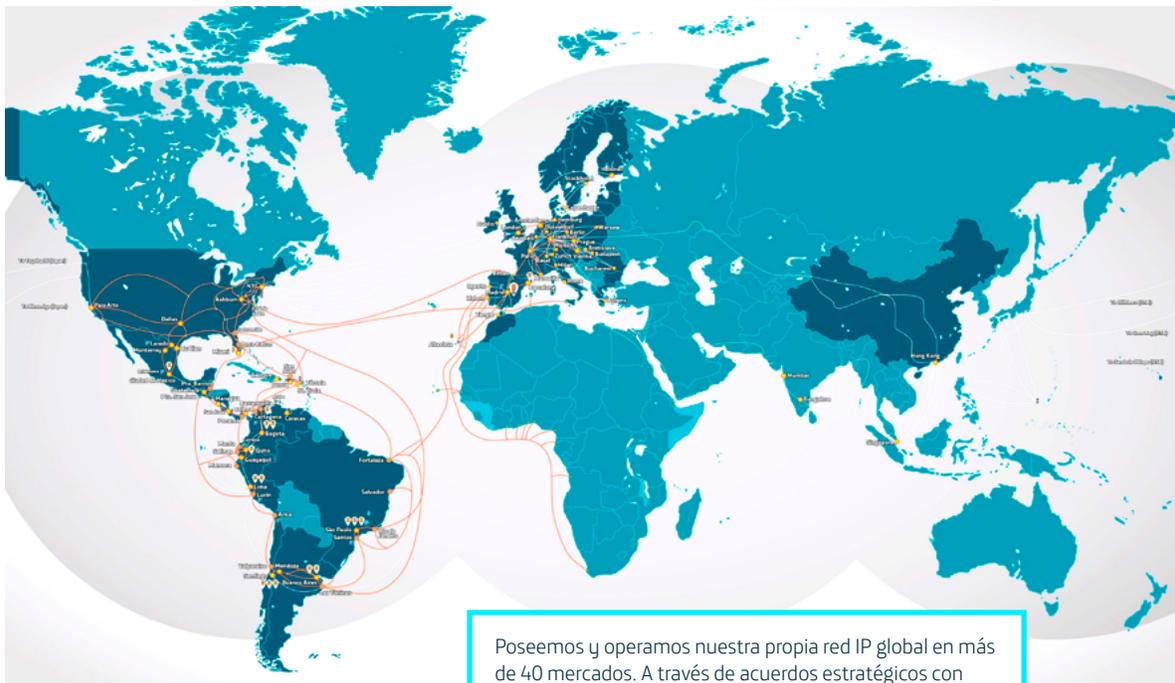
Más información, en el apartado "6.3. Acontecimientos Posteriores".



En Telefónica estamos organizados por segmentos: Telefónica España, Telefónica Reino Unido, Telefónica Alemania, Telefónica Brasil, Telefónica Hispam Norte (formada por las operadoras del Grupo en Colombia, México, Venezuela, Centroamérica y Ecuador) y Telefónica Hispam Sur (formada por nuestras operadoras en Argentina, Chile, Perú y Uruguay). Estos segmentos incluyen la información relacionada con las empresas de telefonía fija, móvil, cable, datos, Internet y televisión y otros servicios digitales. Cualquier servicio que no esté específicamente incluido en

estos segmentos es parte de "Otras compañías y eliminaciones". Las cifras financieras de Telxius se informan completamente en "Otras empresas y eliminaciones" desde el 1 de enero de 2017, lo que refleja la integración dentro de Telxius de las torres de telecomunicaciones móviles transferidas desde Telefónica España, Telefónica Alemania, Telefónica Brasil y Telefónica Hispam Sur Telefónica (Perú) y Telefónica (Chile) segmentos y el cable de fibra óptica submarino internacional.

NUESTRAS PRINCIPALES CIFRAS, A CIERRE DE 2018:



Poseemos y operamos nuestra propia red IP global en más de 40 mercados. A través de acuerdos estratégicos con *partners* ofrecemos servicio en más de 170 países, dando a nuestros clientes cobertura dondequiera que estén, y donde quieran estar.



1.1.1. Con sólidos resultados financieros



Ingresos



OIBDA



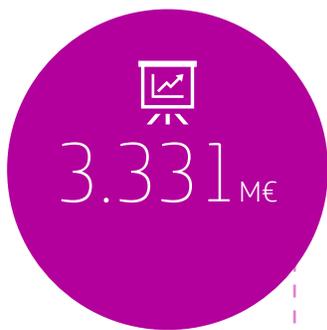
Margen OIBDA



Flujo de caja operativo



Beneficio neto



Deuda financiera neta



Flujo de caja libre⁽¹⁾



(1) Excluyendo espectro el flujo de caja libre aumenta un 5,6%.

1.1.2. Evolución de la acción en 2018

Tras el repunte en 2017, el crecimiento económico global en 2018 fue inferior al esperado en todas las regiones, excepto en EE.UU. En Europa y Japón el crecimiento fue particularmente pobre y en China se materializó una desaceleración más aguda de lo esperado. Las subidas de tipos en EE.UU. se convirtieron en un desafío macro adicional para muchos mercados emergentes. Con respecto a la política monetaria, el Banco Central Europeo mantuvo la facilidad marginal de crédito estable en el 0,25%, pero en diciembre de 2018 terminó las compras netas bajo el Programa de Compra de Activos, según lo previsto, y anunció la intención de continuar reinvertiendo los pagos de capital el tiempo que fuera necesario para mantener condiciones de liquidez favorables y un amplio grado de acomodación monetaria. En EE.UU., la Reserva Federal continuó la normalización gradual de las condiciones monetarias del dólar; el Comité de Mercado Abierto subió tipos de interés 4 veces en el año, desde el 1,50% hasta el 2,50%, a la vez que continuó la normalización del balance.

En el frente político, el foco estuvo centrado en las disputas comerciales entre EE.UU. y China, las elecciones intermedias de EE.UU. que terminaron en un Congreso dividido, las negociaciones sobre el Brexit entre Bruselas y el Reino Unido, así como las elecciones de marzo italianas (resultaron en un gobierno de coalición entre un partido populista y un partido anti-soberanía de la UE), mientras que en España destacó la inestabilidad política tras la moción de censura que resultó en un cambio de gobierno.

En este contexto, los principales índices europeos cerraron 2018 con una rentabilidad negativa: EStoxx-50 (-14,3%), DAX (-18,3%), CAC-40 (-11,0%), FTSE-100 (-12,5%), y el Ibex-35 (-15,0%).

Todos los sectores del DJ Stoxx-600 (-13,2%) en Europa terminaron el año con pérdidas, con el sector automovilístico (-28,1%) y el bancario (-28,0%) liderando las rentabilidades negativas. El sector de telecomunicaciones (-13,0%) tuvo un comportamiento en línea con el mercado, explicado por expectativas de crecimiento débil, regulación adversa, intensidad competitiva en algunos mercados, alto endeudamiento e intensidad de capital. Sin embargo, en el último trimestre del año el sector se comportó mejor que el mercado en 13,7 puntos porcentuales, en un movimiento de rotación a sectores defensivos, ya que la mayoría de las operadoras presentaron resultados, de julio-septiembre, mejores de lo esperado y aumentaron al alza sus objetivos financieros para el año, traduciéndose en una mejora del sentimiento de expectativas de beneficio por acción. Adicionalmente, se produjeron algunas noticias positivas en relación a la posición de los reguladores europeos sobre la actividad de fusiones y adquisiciones.

La acción de Telefónica cerró 2018 en 7,34 euros por acción, -9,7% en el año, pero, tras una distribución de dividendos de 0,40 euros por acción en efectivo, supuso una rentabilidad total para el accionista del -4,8%, superior a la media del sector en Europa (-13,0% rentabilidad en el año; rentabilidad total para el accionista después de dividendos del -8,2%). La evolución de Telefónica se explica principalmente por la trayectoria negativa de los tipos de cambio a lo largo del año, que redujo las expectativas de resultados. En el último trimestre del año, Telefónica batió al sector en +5.8 puntos porcentuales, tras obtener mejores resultados de lo esperado en el tercer trimestre de 2018 e incrementar sus objetivos de ingresos para el año, en un entorno de mejora de los tipos de cambio.

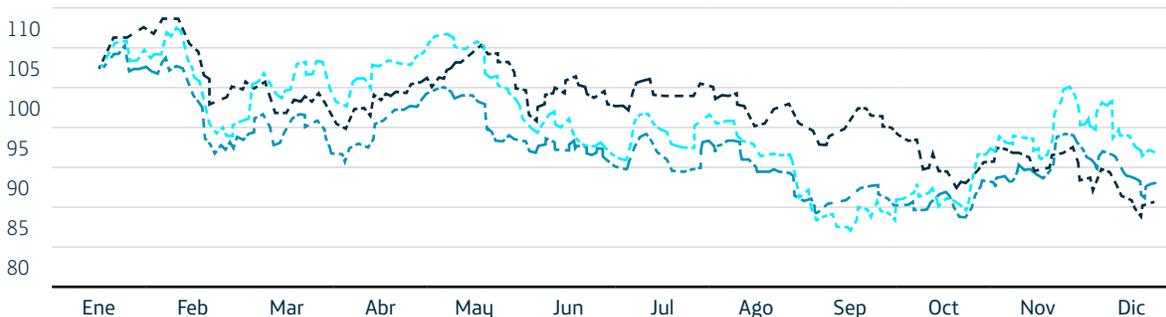
Telefónica, cerró el ejercicio 2018 con una capitalización bursátil de 38.105 millones de euros, situándose como la decimotercera compañía del sector de telecomunicaciones a nivel mundial.



Más información, en la sección de nuestra web "Accionistas e inversores".

EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN 2018

(Telefónica, DJ Telco, IBEX 35)



Fuente: Bloomberg 31/12/18

Telefónica

DJ Telco

IBEX 35

Remuneración/ Rentabilidad

total al accionista

0,4 euros acción en efectivo

- » 0,2 el 20 de diciembre de 2018.
- » 0,2 en junio de 2019.
- » Pagados en efectivo en 2018: 0,2 el 12 de junio y 0,2 el 20 de diciembre.

RTA 2018: -5,0%

Recomendaciones analistas

Comprar	54%
Mantener	37%
Vender	9%

Fuente: Bloomberg 31/12/18

PARTICIPACIONES SIGNIFICATIVAS

- **BBVA (5,28%)**
- **CAIXA (5,01%)**
- **BLACKROCK (5,08%)**

9,06

€/acción
Precio objetivo

Fuente: Bloomberg 31/12/18

1,3

Millones
de accionistas

DATOS ACCIÓN

Cierre (€)	7,34
Máximo 52 semanas	8,599
Mínimo 52 semanas	6,59
Volumen medio diario (millones)	59,1
Número acciones (millones)	5,192
Capitalización (millones de €)	38,105

Fuente: Bloomberg 31/12/18

PRESENCIA EN BOLSAS

- **MADRID**
- **NUEVA YORK (ADR)**
- **LIMA (ADS)**
- **BUENOS AIRES**
- **LONDRES**

Ratings crediticios

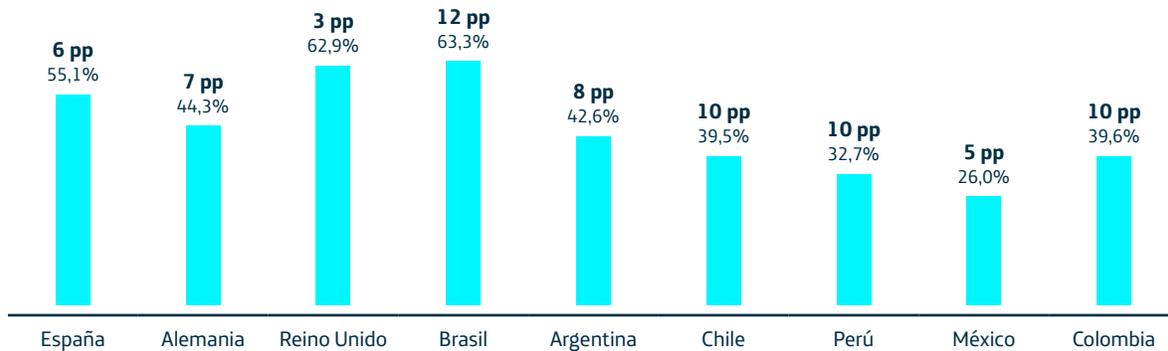
Moody's	Baa3
Fitch	BBB
S&P	BBB



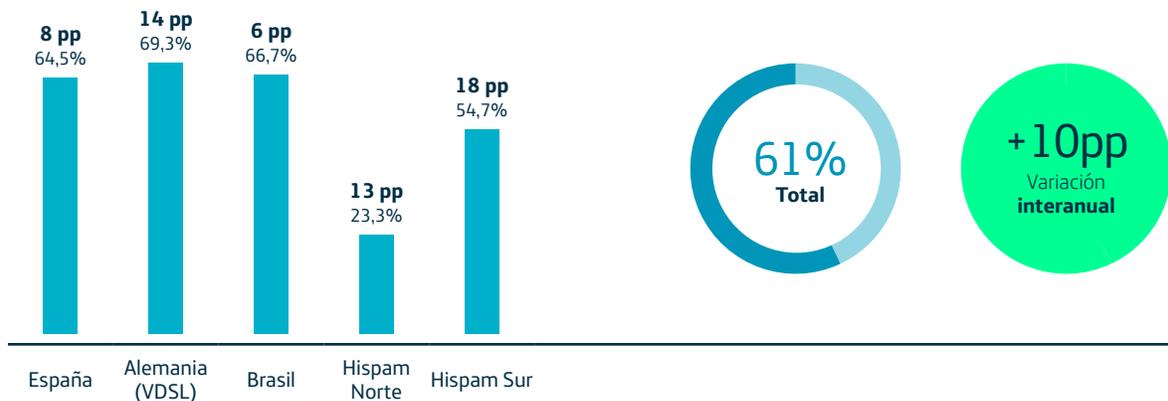
1.1.3. Avanzando hacia un mundo más sostenible

Destacaríamos, dentro de la evolución de nuestros accesos, un fuerte ritmo de incremento de la penetración del LTE y FTTX / Cable en las comunidades en que estamos presentes.

PENETRACIÓN LTE 2018 y variación interanual (en negrita)



PENETRACIÓN FTTX/CABLE SOBRE BANDA ANCHA 2018 y variación interanual (en negrita)

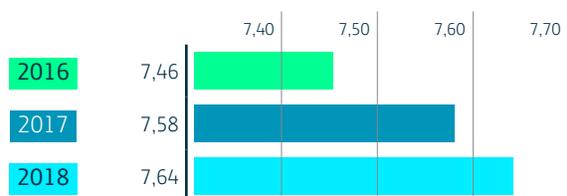


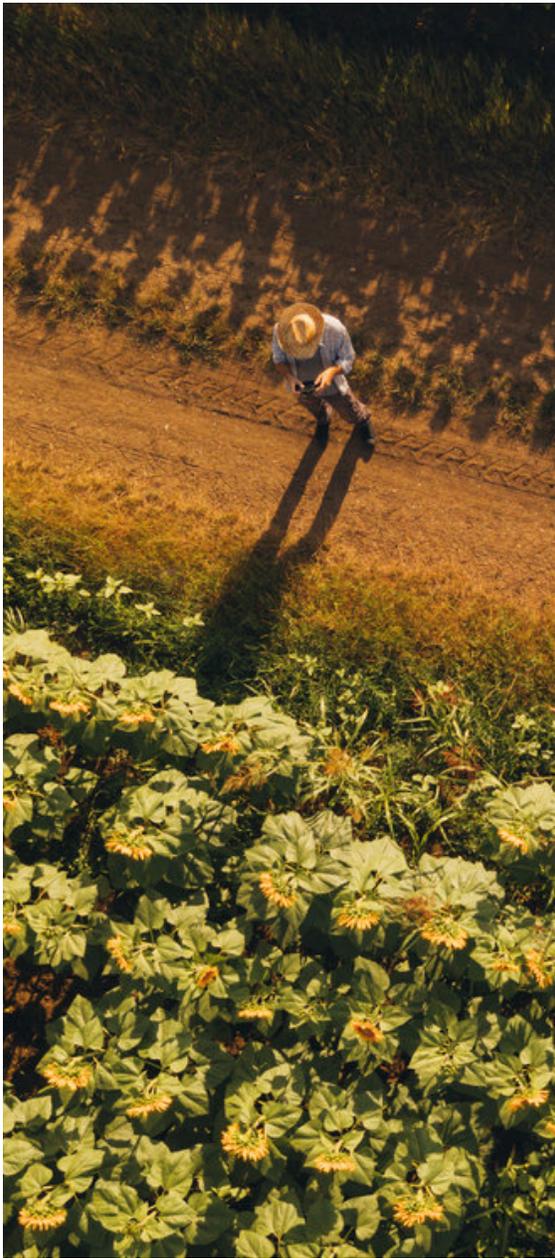
En el año 2018 el ISC consolidado de Telefónica fue de 7,64 sobre 10 siendo el mejor dato histórico.

Con un índice de satisfacción de clientes que mejora año a año.

Que se complementa con el Net Promoter Score (NPS), implantado en 2018, que nos permite medir el vínculo emocional con nuestros clientes. El NPS a cierre de 2018 fue del 20%.

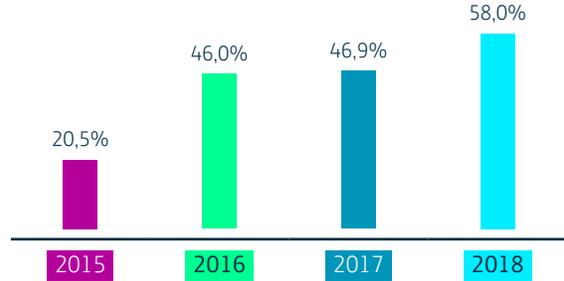
ISC GRUPO TELEFÓNICA





Cumplimos un ambicioso plan de reducción de emisiones y eficiencia energética:

PORCENTAJES DE ENERGÍA PROVENIENTE DE FUENTES RENOVABLES



CONSUMO DE ENERGÍA POR TRÁFICO



EMISIONES EVITADAS GEI 1+2



Mantenemos el compromiso con la diversidad:

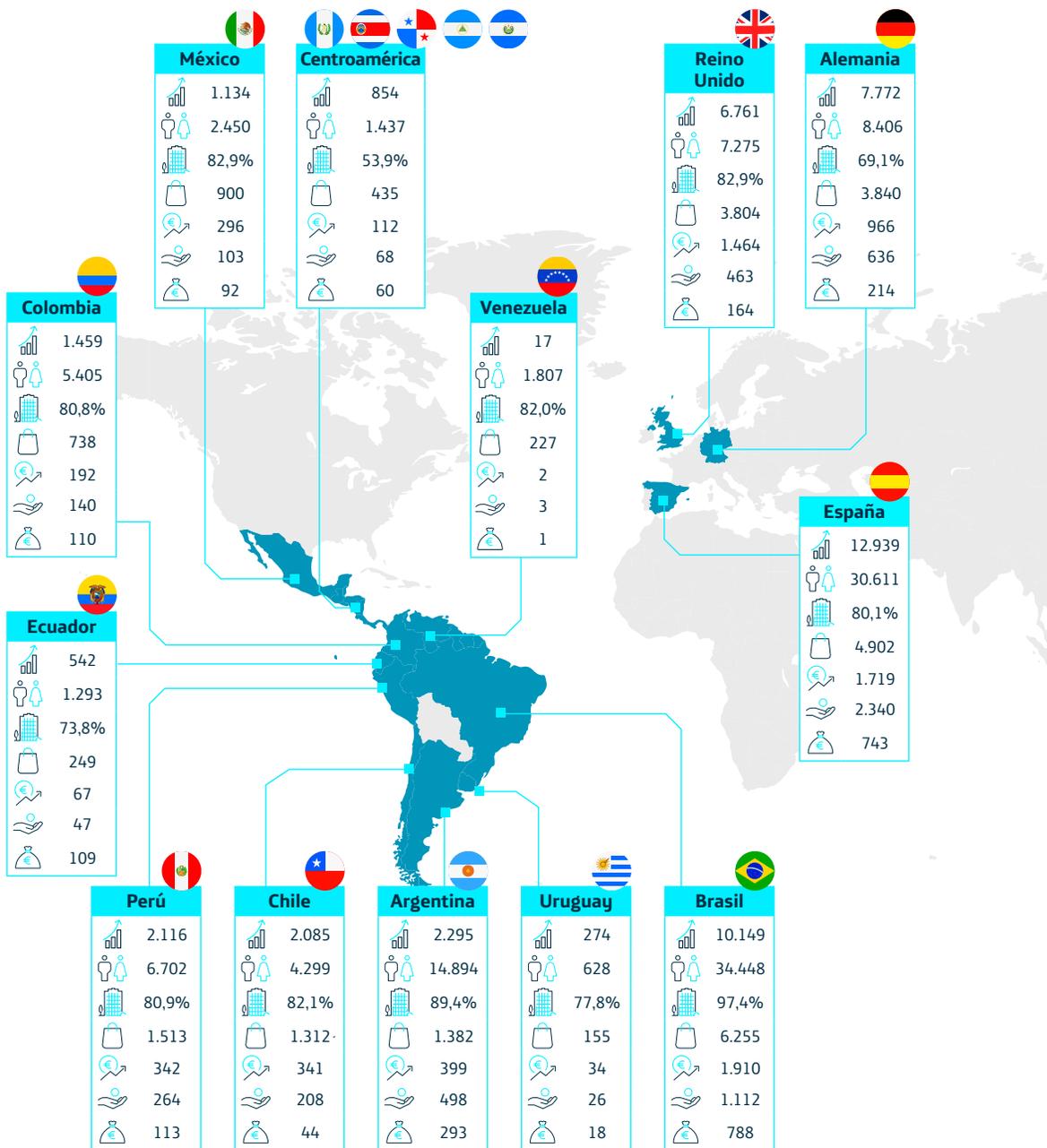
COMPROMETIDOS CON LA DIVERSIDAD (%)



38%
Mujeres en plantilla



CONTRIBUIMOS AL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES EN QUE ESTAMOS PRESENTES



Ingresos Grupo por país⁽¹⁾
 Empleados en el país (personas)
 % de proveedores locales
 Compras realizadas en el país⁽¹⁾ (millones de euros)

Inversión realizada en el país⁽¹⁾ (millones de euros)
 Gastos salariales en el país⁽¹⁾ (millones de euros)
 Impuestos soportados en el país⁽¹⁾ (millones de euros)

(1) Cifras monetarias en millones de euros (conversión a tipos de cambio promedio del ejercicio 2018).

1.1.4. Nuestras marcas

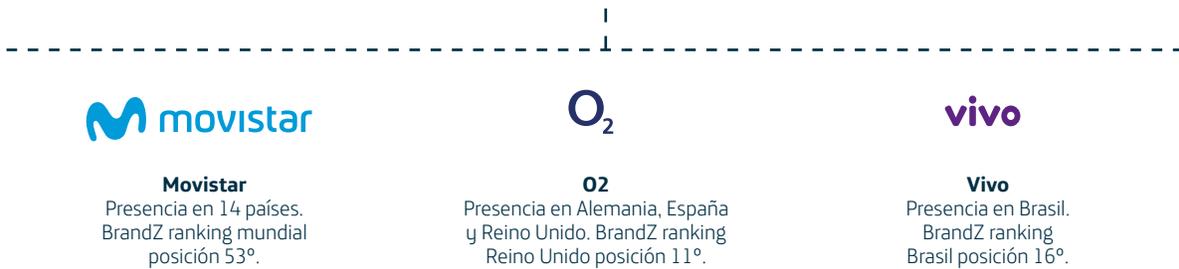
La estrategia de marca de Telefónica se representa a través de un modelo que combina “Superbrands” y marcas especializadas, para competir con éxito y aportar valor al negocio.

Superbrands

Nuestras “Superbrands” son marcas reconocidas, relevantes y diferenciales, que aportan valor a nuestro “core business” de la conectividad.

Telefónica

Telefónica opera en 17 países, con presencia en 24.



Marcas Especializadas

Nuestra marca especializadas irrumpen con fuerza en la captura de nuevos negocios digitales y nuevos modelos de negocio mas allá del “core”.

Marcas especialistas en B2B

TELXIUS

La empresa de infraestructuras que gestiona torres y la red internacional de cable de fibra óptica de alta capacidad.

Eleven Paths

Unidad de negocio especialista en Ciberseguridad.

LUCA

Unidad de servicios de Big Data e Inteligencia Artificial.

acens

La marca que ofrece *hosting*, servidores dedicados y servidores *cloud* en España.

onthespot

Marca especializada en *in-store media services*, servicios audiovisuales para empresas, e implementación y gestión de redes de publicidad digital.

Marca de Innovación

wayra

Área que integra la innovación externa relacionada con el *core business* de Telefónica.

Marcas OMV (Operador Móvil Virtual)

tuenti

Presente en España, Argentina, Ecuador, Guatemala.

giffgaff

Opera en el Reino Unido.

Blau

Ofrece sus servicios en Alemania.

Marcas sociales

Telefónica FUNDACIÓN

Telefónica, a través de su Fundación, contribuye al desarrollo económico, social y cultural de los países en los que está presente.

ProFuturo

Iniciativa impulsada por Fundación Telefónica y Fundación Bancaria “la Caixa” de educación digital para niños y niñas en entornos vulnerables.



1.2. Un contexto de cambio

La solución a las nuevas grandes cuestiones es una prioridad que exige una orientación real hacia la sostenibilidad de todos los agentes sociales, desde gobiernos y autoridades regulatorias, hasta los principales inversores mundiales, en la convicción de que la sostenibilidad es una condición necesaria para conseguir la prosperidad, eficiencia y rentabilidad en el medio plazo.

El entorno en el que Telefónica desarrolla su actividad se ha transformado significativamente en el último ejercicio, movido por dos tendencias fundamentales: una creciente inestabilidad y una búsqueda y exigencia de la sostenibilidad a largo plazo.

La inestabilidad es consustancial a momentos que constituyen y prefiguran un cambio de era, como el que estamos inmersos. Esto se refleja especialmente en dos dimensiones. A nivel político, en 2018, se han experimentado y acelerado vaivenes desde todas las partes del planeta, muchos de los cuales, como el *Brexit*, siguen sin tener desenlaces o consecuencias claras. En el plano económico, se ha experimentado una gran volatilidad, encabezada por las principales empresas tecnológicas que han empezado a sufrir el cuestionamiento de modelos de negocio hasta ahora considerados sólidos.

Todo ello está teniendo importantes consecuencias a nivel social. En 2018, se incrementó la desconfianza entre ciudadanos y empresas, afectando de forma

notable la percepción y expectativas que las personas tienen acerca de los retos y avances tecnológicos. Aparece una preocupación creciente por el nivel y modo de uso de la tecnología, en aras de una mayor cautela y una creciente exigencia de responsabilidad, tanto en su gestión como en el impacto generado. Así ha ocurrido, por ejemplo, con cuestiones clave como la privacidad personal, el uso de los datos como herramienta de gestión y decisión a nivel masivo o efectos e incertidumbres asociadas a la digitalización, como el bienestar digital o las posibles consecuencias sobre el empleo y las relaciones sociales.

El [World Economic Forum](#) ha etiquetado este contexto con el término "Globalización 4.0" e incluye en este concepto una serie de equilibrios pendientes de ser resueltos adecuadamente:

- » Crecimiento económico vs preservación del planeta.
- » Ciudadanía global vs patriotismo.



- » Trabajo de personas vs máquinas.
- » Tecnología para vs contra las personas.
- » Crecimiento económico vs reducción de desigualdades / erradicación de la pobreza.
- » Competencia vs colaboración internacional.

La solución a estas cuestiones es una prioridad que exige una orientación real hacia la sostenibilidad de todos los agentes sociales, desde gobiernos y autoridades regulatorias, hasta los principales inversores mundiales, en la convicción de que la sostenibilidad es una condición necesaria para conseguir la prosperidad, eficiencia y rentabilidad en el medio plazo.

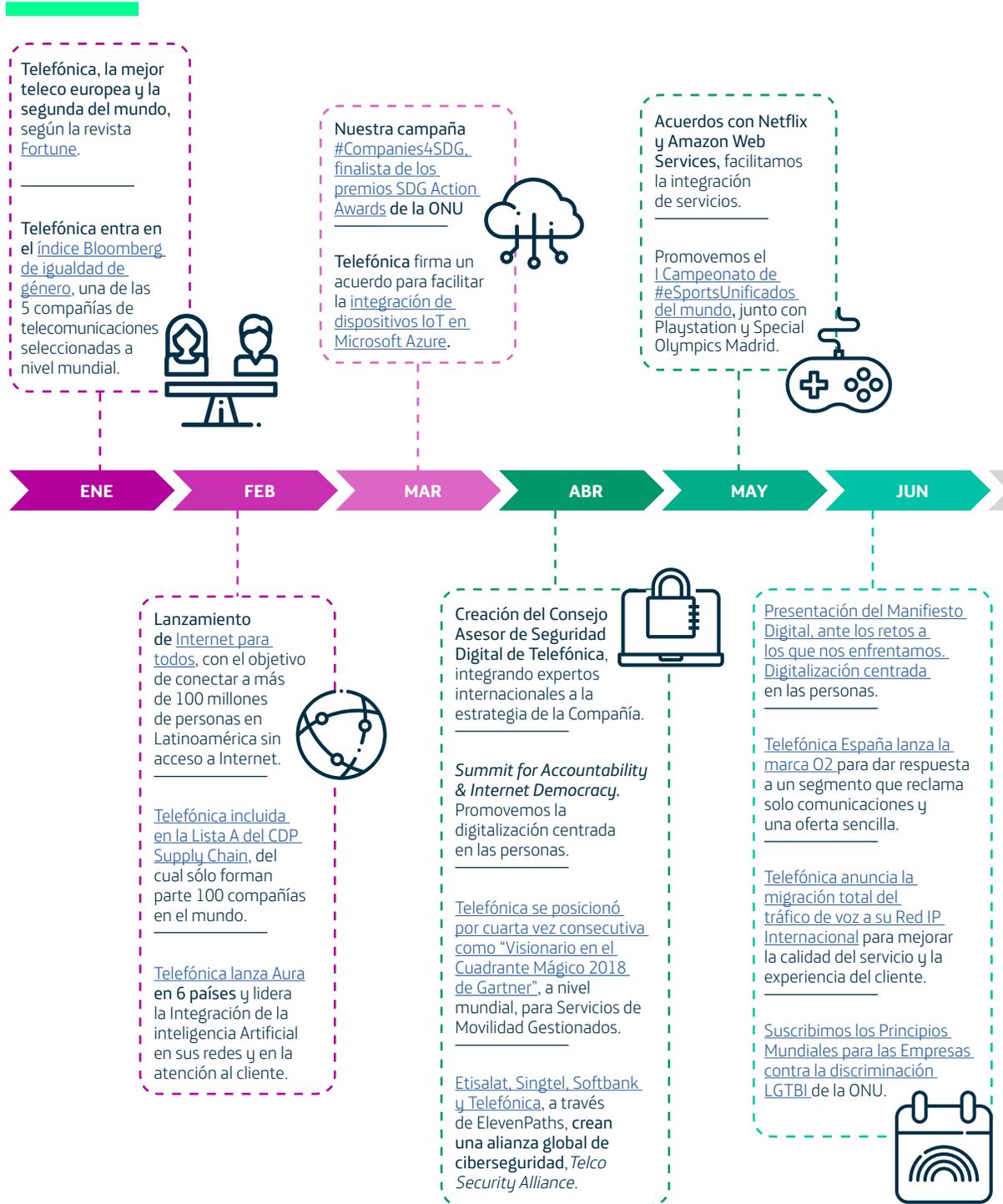
Abordar esos retos conlleva, asimismo, un amplio abanico de oportunidades de crecimiento para la sociedad, en todos sus ámbitos. La combinación de la sostenibilidad con la última tecnología es crucial y es

ahí donde Telefónica juega ya un papel especial que es cada vez más relevante. Así, nuestra Compañía, por su posición como habilitador de todos los servicios digitales, por su historia, por su implicación social y económica en todos los países en los que opera, se halla en una posición clave para contribuir de forma sustancial al desarrollo sostenible. Una contribución que, de la que hacemos parte ya hace casi 100 años, y que se articula, fundamentalmente, en torno a tres líneas de actuación:

- » Proporcionar a las personas el poder de la conectividad.
- » Optimizar nuestras capacidades para un futuro digital sostenible.
- » Asegurar la máxima responsabilidad en todas nuestras actuaciones.



1.3. Principales hitos de negocio en 2018





Celebramos el 11 aniversario de ProFuturo. Presente en 23 países y con 5,5 millones de niños beneficiados.



LUCA, la unidad de datos de Telefónica, reconocida como líder del mercado del Big Data por Forrester.



Telefónica, entre los 100 pioneros digitales de Europa según Financial Times.

Telefónica presenta la versión beta de su servicio Cloud Virtual Data Center 4.0 en VMworld Europe.

Netflix y Movistar Play presentes en más de 10 países en Latinoamérica.

Acuerdo con IBM para optimizar procesos con blockchain.

Lanzamiento en España de Movistar Cloud, de forma ilimitada y de la nueva versión de SmartWifi. Digitalización centrada en las personas.



JUL

AGO

SEP

OCT

NOV

DIC

Acuerdo con Allot, McAfee para lanzar soluciones de ciberseguridad para PYMES.



Un millón de clientes han elegido nuestra fibra óptica en España. Digitalización centrada en las personas.

Somos una de las 1ª compañías con un código ético en IA: Principios de Inteligencia Artificial.

XVI Edición - Día Internacional del Voluntario Telefónica: Más de 22.000 Voluntarios Telefónica, en 31 países.

Telefónica gana el premio al Mejor Operador Mayorista Latinoamericano en los Premios Global Carrier 2018.



Telefónica IoT por quinto año consecutivo, líder mundial en el Cuadrante Mágico de Servicios M2M Gestionados.

Telefónica supera el objetivo de ser 50% renovable, con la meta de ser 100% renovable en 2030.

IV Edición de la iniciativa de Innovación Sostenible, recibió 155 propuestas de 17 países.

Telefónica líder mundial, por quinto año consecutivo, en la gestión del cambio climático según la Lista "A" del CDP. Los resultados se publicaron en enero 2019 en base a datos de 2017, por cambio de metodología en el CDP.





1.4. Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal

La conectividad juega un papel fundamental en la economía de los datos. Nuestro sector se ha convertido en parte esencial de la vida de las personas.

1.4.1. Contribución al progreso

En Telefónica consideramos que nuestra aportación a la sociedad va más allá del valor económico de la Compañía, y por ello evaluamos y monitorizamos nuestra contribución y el impacto que generamos en nuestro entorno.

Telefónica es uno de los principales motores de progreso económico en las sociedades en las que opera. Tiene impactos significativos en PIB, empleo,

eficiencia en el medioambiente, Objetivos de Desarrollo Sostenible y contribución a las haciendas locales. Además, realizamos análisis internos de las externalidades mediante metodologías de cuantificación de los impactos de productos, proyectos tecnológicos y servicios. Actualmente, soluciones de IoT, servicios de conectividad, proyectos de eficiencia energética, plataformas de salud, servicios de gestión de movilidad, etc. ya han sido analizados, lo que nos ha permitido poner en valor estos servicios para la sociedad y detectar potenciales impactos negativos que deben ser corregidos y minimizados.

ANÁLISIS INTERNO DE LAS EXTERNALIDADES



Por cada euro de margen operativo bruto que obtuvimos, generamos 3,4 euros que han contribuido al PIB de los principales países en los que estamos presentes.

1.4.2. Impacto en el PIB

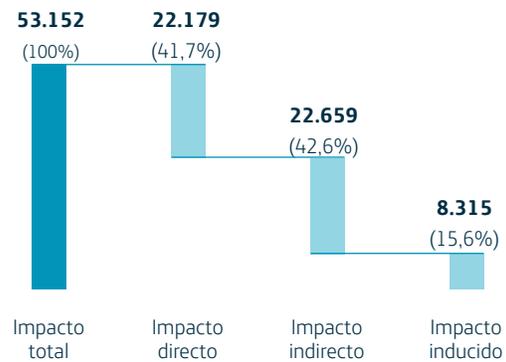
De acuerdo a cálculos internos basados en la metodología desarrollada por PWC en 2015, nuestra contribución global al PIB en 2018 fue de 53.152 millones de euros; lo que supone casi un 0,5% del total de riqueza generada en el conjunto de los países más relevantes donde operamos.

Por cada euro de PIB creado de manera directa en los nueve países más relevantes, en 2018 generamos 1,4 euros adicionales, de forma indirecta e inducida gracias a los gastos e inversiones que realizamos.



IMPACTOS EN EL PIB DEL GRUPO TELEFÓNICA EN 2018

Millones de euros (%)



Impacto total: Impactos totales generados por la actividad corporativa y los gastos e inversiones que realizamos en los países en los que operamos.

Impacto directo: Impactos generados directamente por el desarrollo de nuestra actividad.

Impacto indirecto: Impactos generados por los gastos e inversiones llevados a cabo en toda nuestra cadena de proveedores.

Impacto inducido: Impactos generados por incremento del consumo, derivado del aumento de las rentas del trabajo generadas por los empleos directos e indirectos.

IMPACTO EN EL PIB DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EN LOS QUE OPERAMOS EN 2018

Millones de euros (% sobre PIB local)⁽¹⁾



(1) Datos calculados sobre estimaciones de cierre 2018 de los organismos públicos locales correspondientes (INE, DESTASIS, etc.)

1.4.3. Impacto en el empleo

El empleo es una de las mayores preocupaciones sociales, en muchas comunidades en las que estamos presentes, por lo que el análisis de la capacidad de mantener y generar empleo a través de nuestra actividad es uno de los asuntos que consideramos más relevantes.

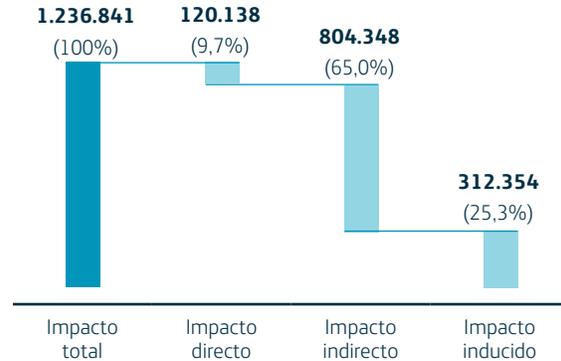
De acuerdo a la metodología empleada en el análisis de impactos en empleo, en 2018, nuestra huella global en el empleo ascendió a 1.236.841 personas, tanto de forma directa como indirecta e inducida. De esta manera, la actividad que desarrollamos hace que por cada persona que contratamos en plantilla, generemos adicionalmente 9,7 empleos en los países en los que operamos.



En 2018, nuestra huella global en el empleo ascendió a 1.236.841 personas.

IMPACTOS EN EL EMPLEO DEL GRUPO TELEFÓNICA EN 2018

Personas (%)



Impacto total: Empleos generados por la actividad corporativa y los gastos e inversiones que realizamos en los países en los que operamos

Impacto directo: Empleados contratados directamente.

Impacto indirecto: Empleos generados en aquellas empresas y sectores receptores de nuestros gastos e inversiones y por sus respectivos proveedores.

Impacto inducido: Empleos generados en el conjunto de sectores económicos gracias a la actividad económica generada de forma inducida.

IMPACTO EN EL EMPLEO DE 2018 DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EN LOS QUE OPERAMOS

Personas ocupadas totales (% sobre total empleo local)



1.4.4. Impacto positivo sobre el medioambiente

Nuestra actividad incide en el medioambiente a través de la huella que dejamos en el entorno, pero más allá de este impacto negativo, la Compañía genera un beneficio ambiental a través de sus servicios, porque en la digitalización encontramos soluciones a los grandes retos ambientales.

Analizamos, por tanto, nuestro impacto neto, en concreto, en el cambio climático, porque es el principal reto ambiental a nivel mundial y donde tenemos una mayor influencia a nivel global.



Más información, en el apartado "2.2 Digitalización y medioambiente".

a) Huella de carbono de Telefónica

Reducimos el impacto en el cambio climático, a través de la descarbonización de nuestra actividad, apostando por una disociación entre crecimiento de

tráfico que pasa por nuestras redes y las emisiones de gases de efecto invernadero. El objetivo es alinear nuestros esfuerzos con el nivel de descarbonización requerido para limitar el calentamiento global por debajo de 2 °C. Para ello, reduciremos un 50% nuestras emisiones en 2030.

La huella de carbono que generamos proviene principalmente del consumo eléctrico, por lo que nos hemos comprometido a que nuestro consumo eléctrico sea 100% renovable en 2030.

Actualmente, el 58% de nuestro consumo eléctrico proviene de fuentes renovables a nivel global, 100% en Europa y Brasil⁽¹⁾. Esto, unido a un ambicioso programa de eficiencia energética, ha hecho que nuestras emisiones de carbono hayan disminuido un 37% en términos absolutos y un 36% la intensidad de emisiones por ingresos respecto a 2015.

Además, tenemos también en cuenta el impacto que nuestra cadena de valor tiene sobre el cambio climático como consecuencia de nuestra actividad. Calculamos, por tanto, calculamos nuestro Alcance 3, que se ha reducido un 12% desde 2016.

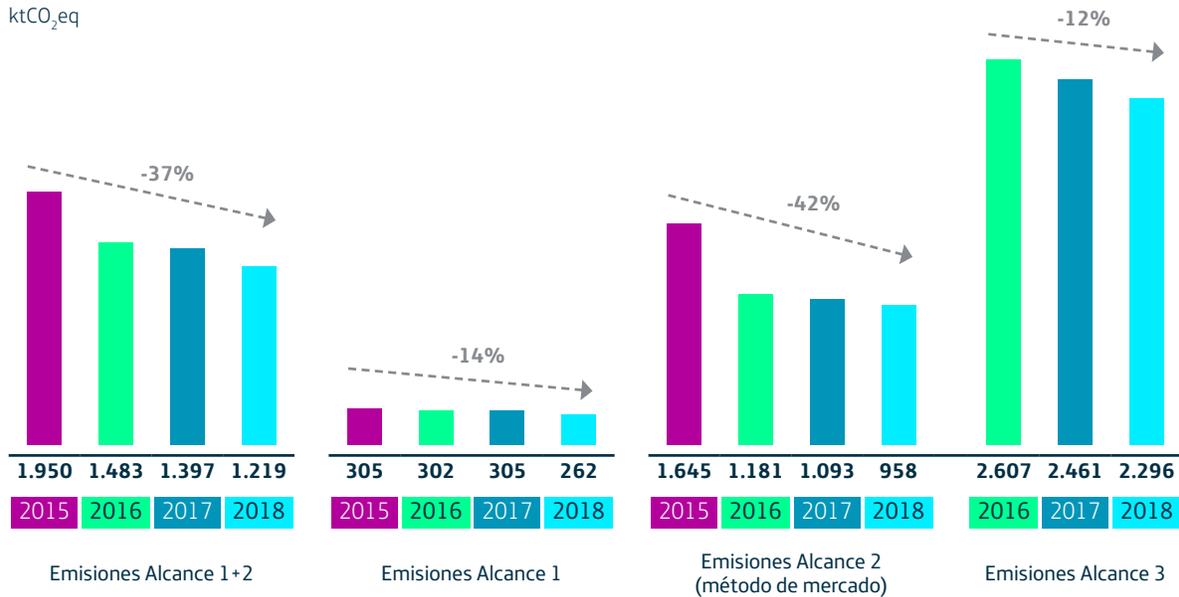


(1) Telefónica Brasil 100% renovable a partir de noviembre de 2018.

Las emisiones de Telefónica sin nuestro plan de energía renovable habrían sido un 80% mayores.

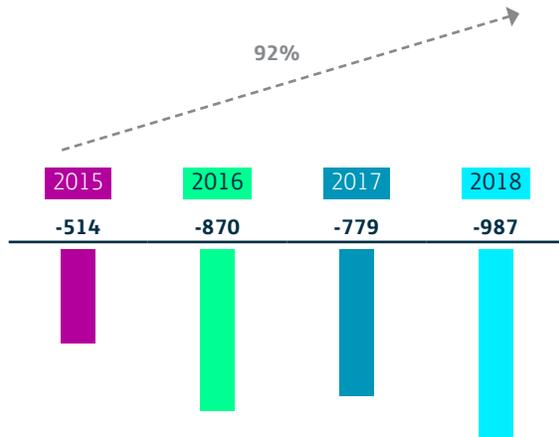
EMISIONES DE TELEFÓNICA (ALCANCES 1+2 Y ALCANCE 3)

ktCO₂eq



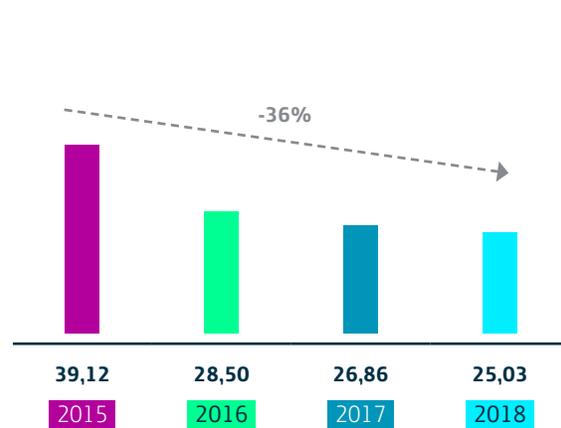
EMISIONES EVITADAS POR CONSUMO DE ENERGÍA RENOVABLE

ktCO₂eq



INTENSIDAD DE EMISIONES (ALCANCES 1+2/INGRESOS)

tCO₂eq/Millones euros



Alcance 1: Nuestras emisiones de Alcance 1, provienen de dos fuentes principales; del consumo de combustible en nuestras líneas de negocio y de las emisiones fugitivas de gases refrigerantes de los equipos de climatización. Las reducimos a través de distintas iniciativas, como la sustitución de generadores de fuel por autogeneración renovable o la eliminación de equipos de refrigeración por *free cooling* o su sustitución por otros con gases refrigerantes de menor potencial de calentamiento. Con estas medidas, hemos logrado disminuir este alcance un 14% respecto a 2015, lo que suponen más de 43.500 toneladas menos de CO₂eq emitidas a la atmósfera al año.

Alcance 2: Las emisiones de Alcance 2, provenientes del consumo eléctrico, son las más relevantes de nuestra actividad. Las acciones que llevamos a cabo para su reducción se basan en la implantación de proyectos de eficiencia energética y en la transición a un mayor consumo de energía renovable. Gracias a ello, en 2018 conseguimos una reducción del 42% de nuestras emisiones de Alcance 2 respecto a 2015, lo que suponen más de 687.000 toneladas de CO₂eq menos al año.

b) Nuestros servicios *ecosmart*

Nuestra mayor contribución a la mitigación y adaptación al cambio climático vendrá, sin duda, de una mayor digitalización, soportada en una red renovable y con soluciones que den respuesta a los retos ambientales.

A través de nuestros servicios tenemos la capacidad de reducir las emisiones de carbono de otros sectores y aumentar la resiliencia de las comunidades donde operamos. Disponemos, por ejemplo, de servicios IoT y Big Data encaminados a mejorar la movilidad y promover la eficiencia energética de nuestros clientes; además, nuestros servicios de Cloud o videoconferencia también evitan emisiones de gases de efecto invernadero.

c) Impacto neto positivo

Al considerar nuestro impacto neto sobre el cambio climático se tienen en cuenta las emisiones que la compañía genera y las emisiones que, por el contrario, evitamos a través de los servicios que proveemos. La diferencia entre ambos ofrece una visión del impacto neto positivo de nuestra empresa, evitando en términos netos más de 180 mil tCO₂.

Conforme a la estrategia de energía y cambio climático, Telefónica contribuirá a una economía descarbonizada. Año a año evitaremos más emisiones de las que generamos en un ratio de 3 a 1 en 2021. Es decir, por cada tonelada de emitamos, seremos capaces de evitar a la atmósfera 3 en los próximos 3 años.

A través de nuestros servicios evitamos más emisiones de carbono de las que generamos.

1.4.5. Contribución a las haciendas locales

Es relevante destacar que nuestra contribución económica y social no solo es cuantificable mediante el ingreso del impuesto sobre sociedades, sino también a través de otras contribuciones específicas en los distintos países en los que operamos, tales como tasas (por utilización del dominio público, para la financiación de la corporación de radio y televisión, entre otras), impuestos locales y pagos a la seguridad social, así como otras contribuciones similares en el resto de los países.

Además de estos impuestos directamente soportados, ingresamos en las arcas públicas, como consecuencia de nuestra actividad y por cuenta de otros contribuyentes, otras cantidades que deben tenerse en cuenta en la contribución tributaria total que realiza la empresa, tales como impuestos indirectos, retenciones a los trabajadores y otras retenciones.

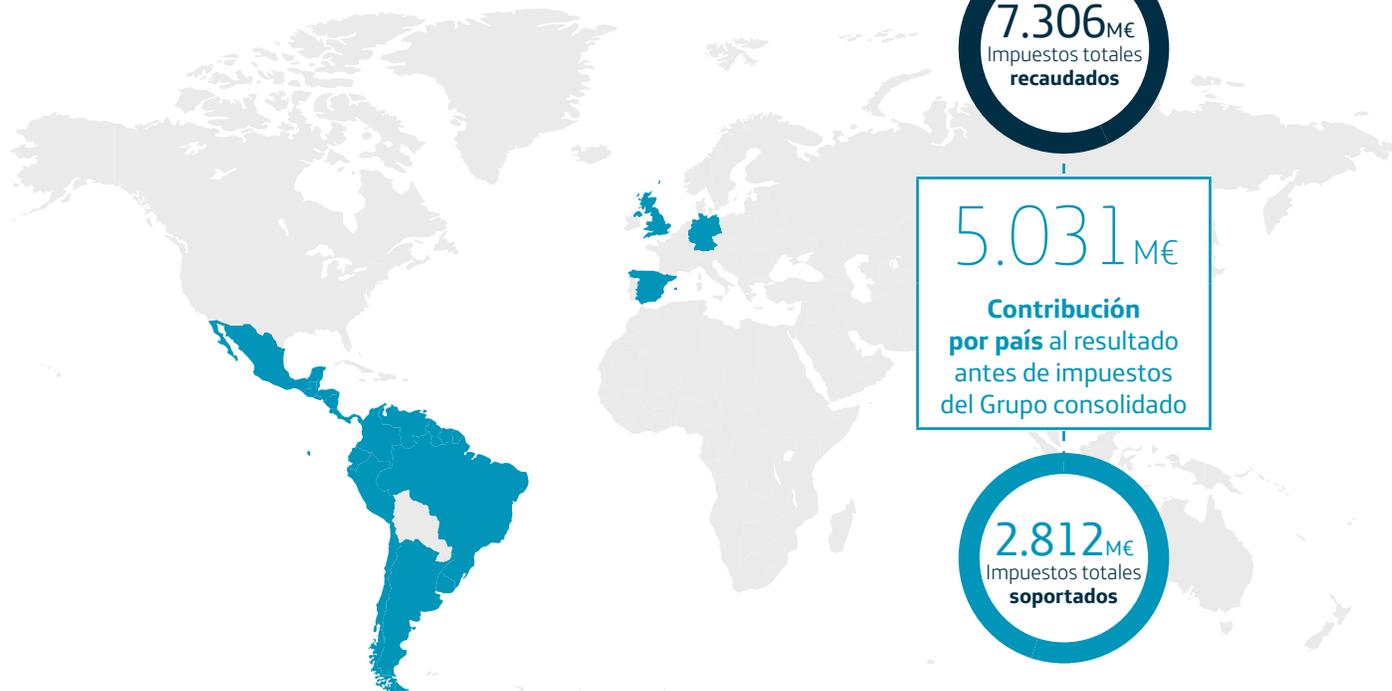
En este contexto y durante el año 2018, nuestra contribución tributaria total (CTT) ha ascendido a 10.118 millones de euros (2.812 millones de euros a impuestos soportados y 7.306 millones de euros a impuestos recaudados), lo que supone el 47,7% de nuestro valor distribuido⁽¹⁾.

Brasil y España, los mercados en los que más beneficio operativo generamos, han sido las jurisdicciones que más han contribuido al pago de tributos, tanto soportados como recaudados.

Así pues, por cada 100 euros de cifra de negocio de la Compañía, 20,8 euros se destinan al pago de impuestos (5,8 al pago de impuestos soportados y 15 al pago de impuestos recaudados).

El total del pago por impuesto sobre beneficios del grupo asciende a 865 millones de euros y el total de subvenciones recibidas por Telefónica en 2018 ascendió a 22 millones de euros.

CONTRIBUCIÓN A LAS HACIENDAS LOCALES



Millones de euros	Contribución por país al resultado antes de impuestos del Grupo consolidado ⁽¹⁾	Impuestos totales soportados	Impuestos totales recaudados	Totales
Alemania	181	214	599	813
Argentina	335	293	500	793
Brasil	2.631	788	3.097	3.885
Centroamérica	131	60	78	138
Chile	154	44	196	240
Colombia	49	110	156	266
Ecuador	13	109	28	137
España	981	743	1.950	2.693
México ⁽²⁾	-589	92	82	174
Perú	-81	113	148	261
Reino Unido	713	164	450	614
Uruguay	127	18	11	29
Venezuela ⁽³⁾	159	1	1	2
Otros	228	63	10	73
Total	5.031	2.812	7.306	10.118

(1) Contribución al resultado antes de impuestos consolidado de 2018, ajustado por la imputación al ejercicio de los cupones correspondientes a las obligaciones perpetuas subordinadas. Los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica están elaborados de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) adoptadas por la Unión Europea. La normativa contable local aplicable en cada uno de los países en los que el Grupo está presente puede diferir de lo establecido por las NIIF.

La tabla anterior agrupa todas las compañías del Grupo de acuerdo con el país de su domicilio social. Esta agrupación no coincide con la distribución por segmentos del Grupo Telefónica. Los resultados por país incluyen, en su caso, el efecto de la asignación del precio de compra a los activos adquiridos y los pasivos asumidos. Asimismo, los resultados por país excluyen los ingresos por dividendos de filiales del Grupo, así como la variación de la provisión por depreciación de inversiones en empresas del Grupo, que se eliminan en el proceso de consolidación.

(2) Incluye el deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica Móviles México registrado en 2018 por importe de 350 millones €.

(3) El resultado financiero derivado de la corrección por hiperinflación de la posición monetaria neta y de las diferencias de cambio por los saldos en divisa extranjera de Telefónica Venezolana ha sido de 219 millones de euros en 2019. El gasto por impuesto diferido por los ajustes por inflación de los activos netos que, según la legislación fiscal actual en Venezuela, no son fiscalmente deducibles, ascendió a 186 millones de euros en 2018. El resultado después de impuestos de Telefónica Venezolana en 2018 es una pérdida de 34 millones €.



1.4.6. Contribución a los objetivos de desarrollo sostenible

Somos un actor relevante para impulsar la Agenda 2030 de Naciones Unidas y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ya que, como hemos podido comprobar, las nuevas tecnologías digitales son actualmente una de las principales fuerzas motrices de la transformación económica y social.

A partir de esta consideración, en el año 2016, realizamos un análisis detallado de nuestras capacidades para contribuir a los ODS, estudio que actualizamos anualmente. Nuestro objetivo es evaluar la evolución durante estos 3 primeros años y adaptar las prioridades y líneas de acción en cada momento.

En concreto, nuestro negocio tiene un claro impacto en el cumplimiento del Objetivo 9 "Industria, Innovación e Infraestructuras", si bien, a través de nuestra actividad comercial y soluciones tecnológicas somos capaces de contribuir activamente en otros objetivos como son "Ciudades y comunidades sostenibles" (ODS 11), "Trabajo decente y crecimiento económico" (ODS 8), "Igualdad de género" (ODS5), "Acción por el clima" (ODS 13), y a través de la Fundación Telefonica en el objetivo de "Educación de calidad" (ODS 4).

Para cada uno de los principales ODS identificados como prioritarios se han definido una serie de objetivos a medio y largo plazo, y una serie de indicadores que nos ayudan a medir cómo evoluciona nuestra contribución. Con ello, podemos potenciar e impulsar aquellas líneas de actividad de la Compañía que más incrementen el impacto positivo que podemos generar en la sociedad.



Más información, en anexo 2.9.6 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Contamos con objetivos a medio y largo plazo, además de indicadores que reflejan cómo evoluciona nuestra contribución a los ODS que hemos identificado como prioritarios.

COMPROMISO DE TELEFÓNICA CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Impulsar la conectividad global y accesible.

Objetivos de Telefónica:

- » Dotar de acceso a internet a 100M de personas en LATAM en 2025.
- » Mejorar la cobertura LTE e impulsar el despliegue del 5G.
- » Impulsar proyectos de innovación sostenible.



Democratizar la educación para los niños y niñas de todo el mundo.

- » Transformar la educación de 10M de niños y niñas en 2020.



Alcanzar la igualdad de género.

- » Alcanzar 30% de mujeres en puestos directivos en 2020.
- » Promover acciones de sensibilización y concienciación de sesgos inconscientes para toda la plantilla.



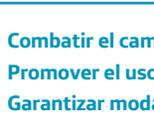
Generación de empleo y crecimiento económico.

- » Impactar positivamente en las haciendas y economías locales.
- » Generación de empleo de calidad.



Incentivar el uso y desarrollo de servicios inteligentes para comunidades.

- » Promover servicios *ecosmart* (10 tCO₂ evitadas / 1 tCO₂ emitidas) en 2025.
- » Reducir o mitigar las pérdidas económicas y medioambientales provocadas por desastres naturales.



Combatir el cambio climático y mejorar la eficiencia y utilización de recursos. Promover el uso de energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

- » Reducción del 50% GEI (Alcance 1+2) a 2030 (año base 2015).
- » Reducir +70% el consumo de energía por unidad de tráfico en 2020.
- » Alcanzar el 100% de consumo eléctrico de fuentes renovables en 2030.
- » Reducir un 30% las emisiones de proveedores/€ destinado a compra en 2025, respecto a 2016.
- » Impulsar el reciclado de residuos.



1.5. Una conectividad más humana

La tecnología alcanza a todas las dimensiones del ser humano y de la sociedad, es incuestionable su aportación positiva en nuestras vidas, en nuestro entorno y en los negocios. Sin embargo, también trae consigo incertidumbres que nos hacen preguntarnos, a nosotros y a nuestros grupos de interés, por su impacto en nuestras vidas.

La tecnología debería unirnos, no separarnos. Debería mejorar nuestras vidas, no tomar el control. Debería permitirnos compartir experiencias y opiniones, no escondernos ni permanecer en el anonimato.

Estamos convencidos de que son las personas las que dan sentido a la tecnología y no al revés. En esta creencia, trabajamos para que los avances tecnológicos nos permitan disfrutar de una mayor calidad de vida, sin miedos.

Por ello, nos hemos fijado una misión:

“Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas”.



Más información, en la sección de nuestra web “Nuestra misión”.

Sabemos que las conexiones más importantes son las humanas, cuando estamos unidos la humanidad no sólo existe, sino que progresa. Nuestro trabajo es clave en este progreso y para ello ofrecemos redes que unan en lugar de aislar; servicios que inviten a las personas a ser ellas mismas, a expresarse, a compartir o a trabajar

de forma colaborativa. Conexiones que garanticen la seguridad, la integridad y dignidad de cada ser; y del colectivo al que pertenecen, sin dejar a nadie atrás. Haciendo que personas, empresas y sociedad estén unidas para prosperar y disfrutar.

Nos comprometemos a lograr nuestro propósito trabajando de acuerdo con **nuestros valores de Compañía:**

» **Somos abiertos.** Creemos que trabajando de una manera colaborativa, amable y transparente se consiguen las mejores soluciones. Somos un sistema abierto donde todo el mundo cuenta.



Más información, en el apartado “1.9. El vector de la innovación”.

» **Somos retadores.** Ofrecemos soluciones innovadoras, transformamos y simplificamos la vida de nuestros grupos de interés. Y no nos conformamos, estamos siempre dispuestos a cambiar para hacerlo mejor.



Más información, en el apartado “1.10. CASE STUDY FLAGSHIP: Internet para todos”.

» **Somos confiables.** Trabajamos de manera honesta, sencilla y comprometida, ofreciendo una conexión segura y de calidad. Seguimos aquí después de casi 100 años adaptándonos constantemente a lo que nuestros clientes necesitan.



Más información, en el apartado “2.8. CASE STUDY FLAGSHIP: Blockchain en la cadena de suministro”.



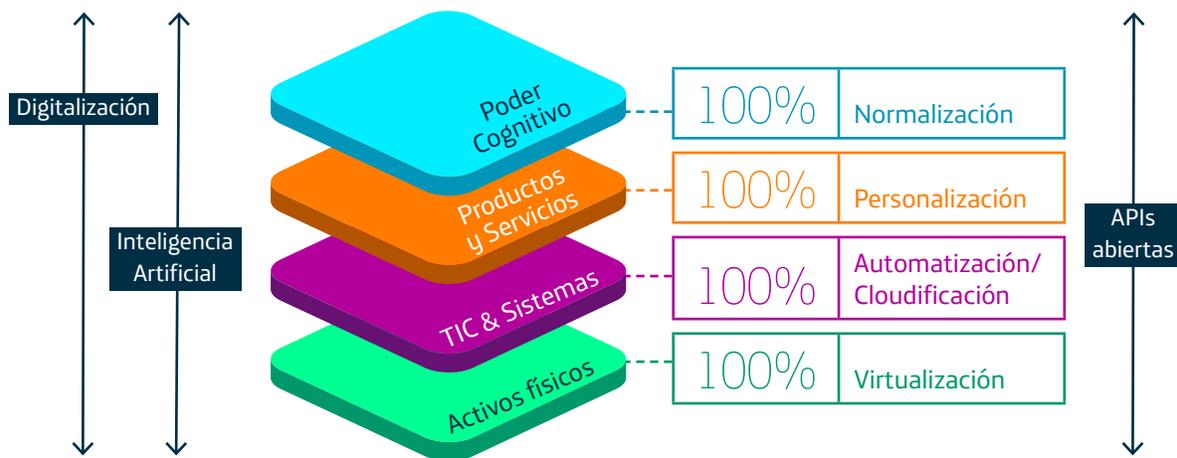
1.6. Una compañía de plataformas inclusiva con el cliente en el centro

Telefónica es hoy una compañía de redes de comunicación, servicios digitales y entretenimiento que se apoya en la tecnología para crear una sociedad mejor y más inclusiva. En Telefónica tenemos el compromiso de desarrollar infraestructuras y soluciones que permiten acercar el mundo digital a todos, independientemente de su localización, estatus económico, conocimiento o capacidades. Precisamente esta red es la puerta de entrada al mundo digital, dando sentido a las comunicaciones, facilitando las relaciones entre las personas, la rapidez de transmisión, la aceleración del cambio y el crecimiento exponencial de muchas industrias.

Estamos en la vanguardia de la transformación tecnológica a través de una estrategia de plataformas:

- » **Primera plataforma.** La red como base de la conectividad.
- » **Segunda plataforma.** Los sistemas de información como la base de la digitalización.
- » **Tercera plataforma.** Oferta de servicios y productos.
- » **Cuarta plataforma.** Una visión centralizada y normalizada de los datos.

ESTRATEGIA DE PLATAFORMAS



1.6.1. Primera plataforma: la red es la base de la conectividad

La red es el principal activo de Telefónica, la plataforma gracias a la cual las demás pueden desarrollarse y de la que parte la innovación. Una red diseñada, en sus orígenes, para trasladar voz, que se ha convertido en una red de datos flexible, dinámica y segura, y que evoluciona a través de iniciativas como la virtualización y la *cloudificación* e incorporar tecnologías de Inteligencia Artificial para mejorar su gestión.

Telefónica es líder en Europa en el despliegue de fibra. Sólo en España hay más hogares con fibra que en Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Portugal. La experiencia en el despliegue y conexión de fibra ha permitido la industrialización de estos procesos, lo que supone una ventaja competitiva, al reducirse de forma notable el coste, las incidencias, y el tiempo de instalación, permitiendo acelerar la ejecución de las inversiones en cada país.

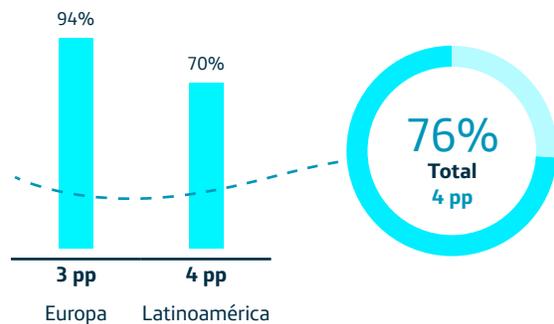
Esto implica sustituir las antiguas redes de telecomunicaciones basadas en infraestructura de cobre, en el caso de España, en funcionamiento desde hace más de 80 años, por nuevas e innovadoras tecnologías como FTTH (Fibra hasta el hogar, *Fibre to the Curb*, etc.). En Telefónica España, tenemos como objetivo ser uno de los primeros países en realizar la transición completa a fibra, para ello nos hemos fijado un apagado gradual de las centrales de cobre, a un ritmo de 1 por día hasta el cierre de 700 centrales en el año 2020 mejorando así la calidad del servicio al reducir más de un 60% las averías de la red. La red de fibra de Telefónica ya está preparada para dar velocidades de hasta 2,5 Gbps de bajada y evolucionar aún más hasta los 25 Gbps en un futuro.

La cobertura de FTTH/cable del Grupo a cierre de 2018 alcanza 82,7M de unidades inmobiliarias⁽¹⁾ (50,5M de red propia, +14% interanual); 21,3M FTTH en España, 9,4M FTTH/cable en Hispanoamérica (+37% interanual) y 19,8M en Brasil; y los accesos conectados crecen un 21% interanual (13,2M), lo que supone que más del 44% de los clientes de banda ancha disfrutan de velocidad superior a 50 Mbps.

El esfuerzo realizado en el despliegue de redes 4G, con una cobertura que supera el 76% de nuestra huella, junto con la comercialización de teléfonos inteligentes y el crecimiento en el uso de datos móviles, ha hecho posible que muchas personas y empresas puedan beneficiarse de la sociedad digital. Evidencia de ello es que el consumo medio de datos móviles por cliente en nuestra red es de 2,6 GB/mes, lo que supone un crecimiento anual del 53%. Por otro lado, el tráfico LTE representa el 65% del total del tráfico de nuestras redes móviles.

COBERTURA RED LTE 4G 2018

y variación interanual



PENETRACIÓN GLOBAL DE SMARTPHONES 2018

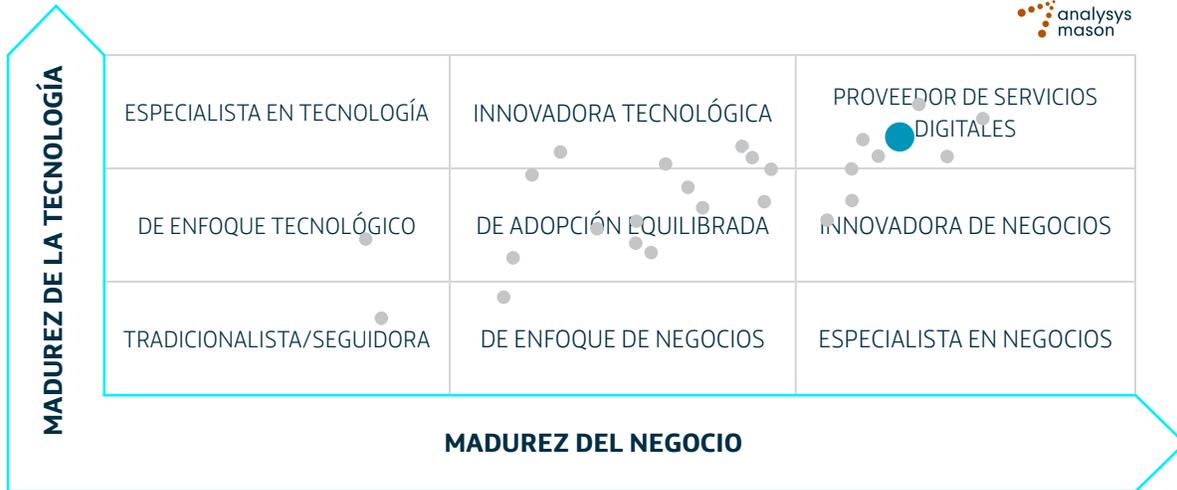
y variación interanual



Esta red debe crecer y adaptarse para absorber el volumen de datos que cada año se incrementa exponencialmente: entre 2015 y 2018 el tráfico de datos por nuestras redes móviles aumentó en 4,3 veces y 2,3 veces por las fijas (4,7 Exabytes/mes). Para ello, Telefónica está reforzando y transformando su principal infraestructura, avanzando hacia una red líquida que se adapte de manera dinámica, con la máxima capacidad y fiabilidad, a las necesidades de los clientes. Con nuestro programa de virtualización de red, UNICA, desplegamos nuevas funcionalidades de red y soluciones de forma ágil y eficiente. En 2018, desplegamos UNICA en 11 países y 2 centros globales. Telefónica es líder en su sector en virtualización de red, tal y como asevera [Analysys Mason](#) en su "Telco Cloud Index 2018".

(1) Unidades inmobiliarias: unidades pasadas con fibra hasta el hogar en el caso de FTTH o con Fibra hasta el armario, hasta el hogar o VDSL o cable en el caso de FTTH. La diferencia con los hogares es que incluye locales y viviendas vacías.

POSICIÓN DE TELEFÓNICA EN LA MATRIZ DE TELCO CLOUD INDEX (TCi)



● Telefónica

Fuente: Analysys Mason.

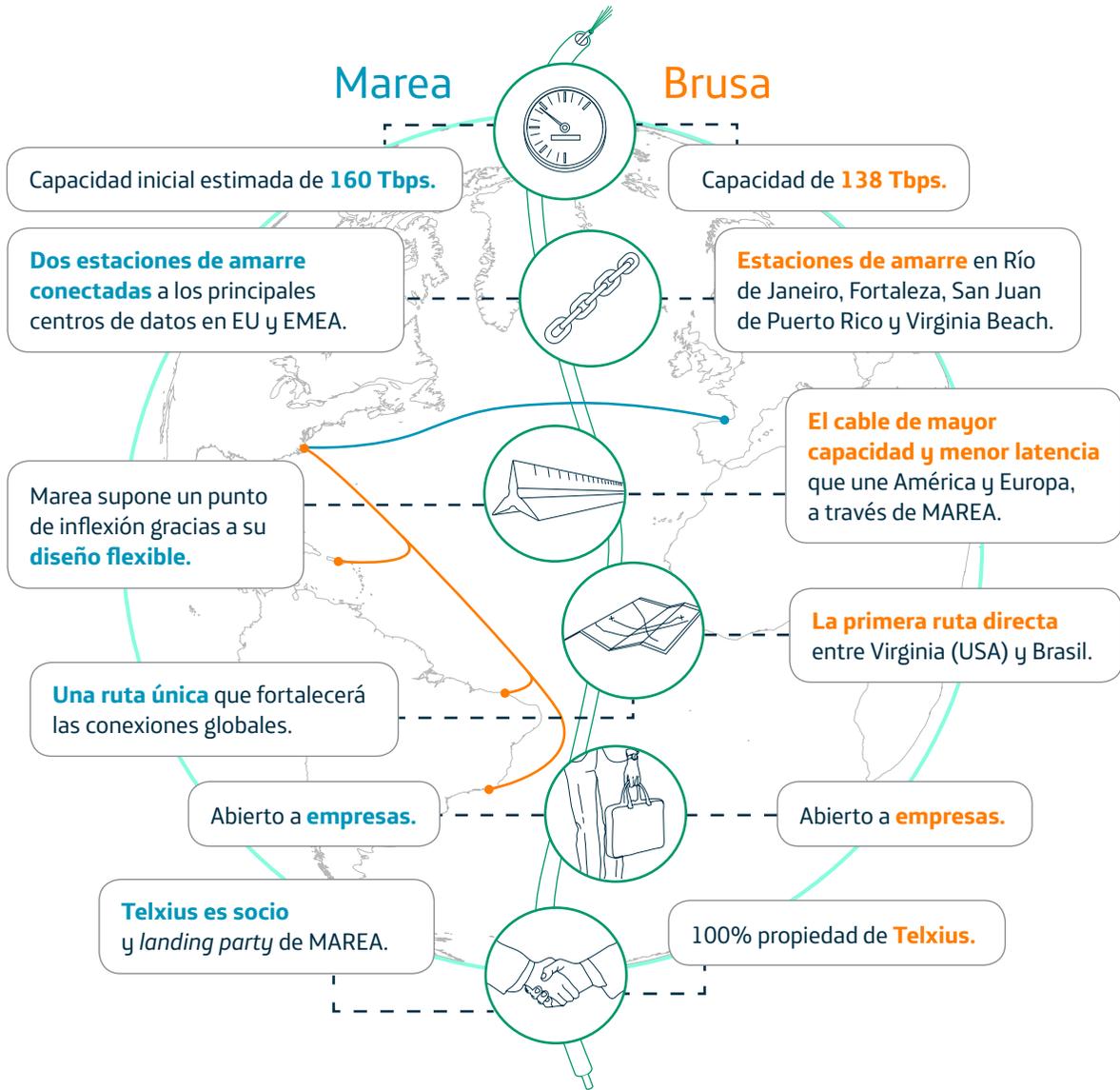
Pero no sólo pensamos en la red sino en los dispositivos que tenemos en las casas de nuestros clientes para darles el mejor servicio. Hemos desarrollado el HGU (*Home Gateway Unit*), un *router* de altas prestaciones que optimiza el WiFi de los clientes y da la mejor conectividad (hasta 1Gbps). Actualmente hay más de 4 millones de HGUs instaladas en toda la huella del Grupo. También hemos lanzado recientemente otro dispositivo inteligente para el hogar: *Movistar Home*, que incorpora la inteligencia artificial de *Aura* para que los usuarios gestionen los contenidos de Movistar+, así como las comunicaciones y conectividad de dicho dispositivo de una forma amigable.

Nuestra actitud es hacia la apertura e interoperabilidad. Hasta ahora los dispositivos de red se han basado en estándares propietarios que han subido los costes y han limitado la flexibilidad. Los estándares propietarios también pueden ser opacos en la forma de tratar la información. Telefónica está apostando por la apertura de estándares y dispositivos con importantes consorcios globales como TIP (*Telecom Infrastructure Project*) o ONF (*Open Networking Foundation*). Esto ha tenido ya consecuencias como "Internet para Todos", que ha permitido desplegar infraestructura de forma eficiente en los lugares más necesitados y remotos del Amazonas.

➕ Más información, en el apartado "1.10. CASE STUDY FLAGSHIP: Internet para todos".



LOS DOS CABLES SUBMARINOS DE FIBRA ÓPTICA DE MAYOR CAPACIDAD DEL MUNDO



Un activo clave en el despliegue de conectividad es **Telxius**, empresa de infraestructuras de telecomunicaciones de Telefonía que gestiona un amplio catálogo de torres en seis países (más de 16.550 torres) y una red internacional de cable de fibra óptica de alta capacidad. Telxius ofrece servicios avanzados de IP, capacidad, ubicación y seguridad en su red internacional de 87.000 km. Entre otros activos, gestiona diez cables submarinos de fibra óptica de alta capacidad, incluyendo los dos cables de mayor capacidad del mundo, MAREA y BRUSA.

Más allá del despliegue y actualización de redes, e interoperabilidad de dispositivos, **estamos preparados para responder ante** desastres naturales, **factores** externos, fallos de energía, etc. **que pueden provocar interrupciones puntuales del servicio.**

Toda amenaza al servicio debe ser tratada de forma preventiva para evitar, en su caso, pérdidas graves que afecten a la viabilidad del negocio. Para conseguirlo, hemos desarrollado procesos, mecanismos y técnicas que mitigan los riesgos y garantizan una alta disponibilidad en las operaciones de la Compañía en situaciones de crisis y emergencias. Para ello:

- » Contamos con alertas tempranas y equipos especialmente formados con la realización de simulacros ante diferentes tipos de emergencia.
- » Coordinamos las diferentes plataformas, lo que nos permite la utilización inteligente de los datos que generamos. Así, el uso del Big Data como herramienta estadística y de análisis para ciertas variables relacionadas con el cambio climático o los patrones de movimiento de personas, contribuyen a que podamos definir modelos y escenarios más exactos y de mayor utilidad para la actuación frente a emergencias y desastres naturales. Estos patrones pueden servir también a gobiernos y administraciones locales en la gestión de los recursos necesarios para responder a estas situaciones.
- » Disponemos de un **Reglamento Global de Continuidad de Negocio** que contempla, entre otros temas, los controles necesarios para garantizar la seguridad y continuidad de nuestros procesos definiendo la gestión, roles y responsabilidades necesarias. Este reglamento contempla:
 - » **Plan de Continuidad del Negocio:** Recoge el proceso y logística asociada para que la Compañía se recupere y restaure sus funciones críticas, parcialmente o totalmente interrumpidas, dentro de un tiempo predeterminado después de una parada no deseada.
 - » **Sistema Global de Crisis:** Mediante el que gestionamos los incidentes con alto impacto que nos amenazan. Cuenta con un Comité Global de Crisis donde se incorporan

especialistas en función del tipo de incidente (catástrofe natural, incidente antrópico, ciberamenaza, incidente en redes, incidente en sistemas de información, etc.). El Comité actúa en cuatro fases: alerta de la crisis a nivel local, evaluación del impacto a nivel global, desarrollo de la actividad y puesta en marcha de los procedimientos de actuación, y cierre de las crisis para una vuelta a la normalidad.

- » **Garantizar infraestructuras resilientes y de calidad:** Trabajamos para que nuestra infraestructura sea de calidad, resistente a fallos y esté protegida contra interrupciones. Contamos con servicios innovadores con la finalidad mejorar nuestra capacidad de respuesta ante estas situaciones, ayudando a la población civil y administraciones locales a responder de forma más eficaz. Por ejemplo, los equipos satelitales permiten mantener las comunicaciones durante el proceso de reactivación de la infraestructura afectada por un desastre natural. Contamos con servicios de *Backhaul Celular*, *BGAN (Broadband Global Area Network)* y teléfonos satelitales, que han sido utilizados en estos casos.
- » **Ofrecer la máxima información sobre el estado de nuestras redes y servicios** en todo momento, incluso durante situaciones adversas. Además de publicar periódicamente informes sobre la calidad de nuestros servicios, ofrecemos a los usuarios herramientas de comprobación del estado de la red móvil, en tiempo real, a través de la web de nuestras marcas y países, por ejemplo, [Movistar](#) en España y [O2](#) en Reino Unido.

Interrupciones de red significativas en 2018

Incidente	Interrupción del servicio de datos móviles O2 Reino Unido
Fecha	6 de diciembre del 2018
Duración	24 horas
Impacto	Los clientes de O2 y los clientes de los Operadores Móviles Virtuales de O2 no pudieron usar sus datos móviles.
Causa	Un certificado caducado en las versiones de software de Ericsson instaladas en la red. Problemas similares afectaron a un número limitado de operadores en varios países.
Acciones correctivas	Los servicios de datos móviles 2G y 3G se restauraron en 17 horas. Los servicios de datos móviles 4G se restauraron en 24 horas. O2 emitió una disculpa a sus clientes y otorgó compensaciones económicas a toda su base de clientes equivalentes a dos días para los clientes de planes mensuales, un 10% de recarga adicional en el servicio de <i>Pay As You Go</i> o un 10 % de descuento en su conexión de banda ancha móvil.

Además, colaboramos con gobiernos, administraciones y organizaciones humanitarias con el objetivo de fortalecer las estrategias de respuesta.

EJEMPLO DE LAS PRINCIPALES CRISIS Y EMERGENCIAS DURANTE 2018

Crisis	Erupción volcán de Fuego de Guatemala. Junio 2018.
Tipo de crisis	Desastre natural
Impacto	Aproximadamente 1,7 millones de personas afectadas. Más de 100 víctimas mortales y más de 3 millones desalojadas. Daños en antenas y problemas de conectividad en las localidades de Sacatepequez, Escuintla y Chimaltenan.
Actuaciones	Se restauró la conectividad en un tiempo promedio establecido. La Oficina Central de Protección brindó toda la ayuda y el asesoramiento para colaborar con las áreas de Seguridad y Red en caso de que fuera necesario por la actividad del volcán. Desde Voluntarios Telefónica se recaudaron 30.000 euros en forma de donaciones. Se recibieron también donaciones de medicamentos. Se colabora en un proyecto de reconstrucción de la escuela José Martí.

Crisis	Inundaciones Málaga, España. Octubre 2018.
Tipo de crisis	Desastre natural
Impacto	Más de 600 afectados, 1 víctima mortal y cuantiosos daños materiales.
Actuaciones	Voluntarios de Telefónica participaron en labores de apoyo a los afectados, desarrollando labores de limpieza de acequias y cauces en las zonas más afectadas.

1.6.2. Segunda plataforma: Los sistemas de información como base de la digitalización

Los sistemas de Telefónica, que constituyen la segunda plataforma, también están transformándose, para adaptarse al reto digital. La barrera entre los sistemas y la red está cada vez más difuminada. Telefónica lleva tiempo trabajando para facilitar la integración entre ambos mundos con el desarrollo de sistemas que hacen posible la gestión, configuración y seguimiento automática de la red o el desarrollo de servicios tanto propios como de terceros.

Nuestros clientes exigen una experiencia verdaderamente digital y personalizada, tener el control sobre todo el ciclo de compra y posterior disfrute de los servicios y productos, y su interacción con la Compañía desde cualquier lugar y cualquier dispositivo. A cierre de diciembre de 2018, un 65% de los procesos están digitalizados y gestionados en tiempo real (+6,0 puntos porcentuales interanual), mejorando el "time-to-market" y la experiencia de cliente, y un 30% de la base total de clientes está migrada a sistemas "Full Stack" (+7,0 puntos porcentuales interanual). Nuestro objetivo es consolidar esta transformación, evolucionando

hacia una automatización extremo a extremo de los procesos, inspirados por el "zero touch", con el objetivo final de unificar la experiencia de los clientes con nuestras marcas.

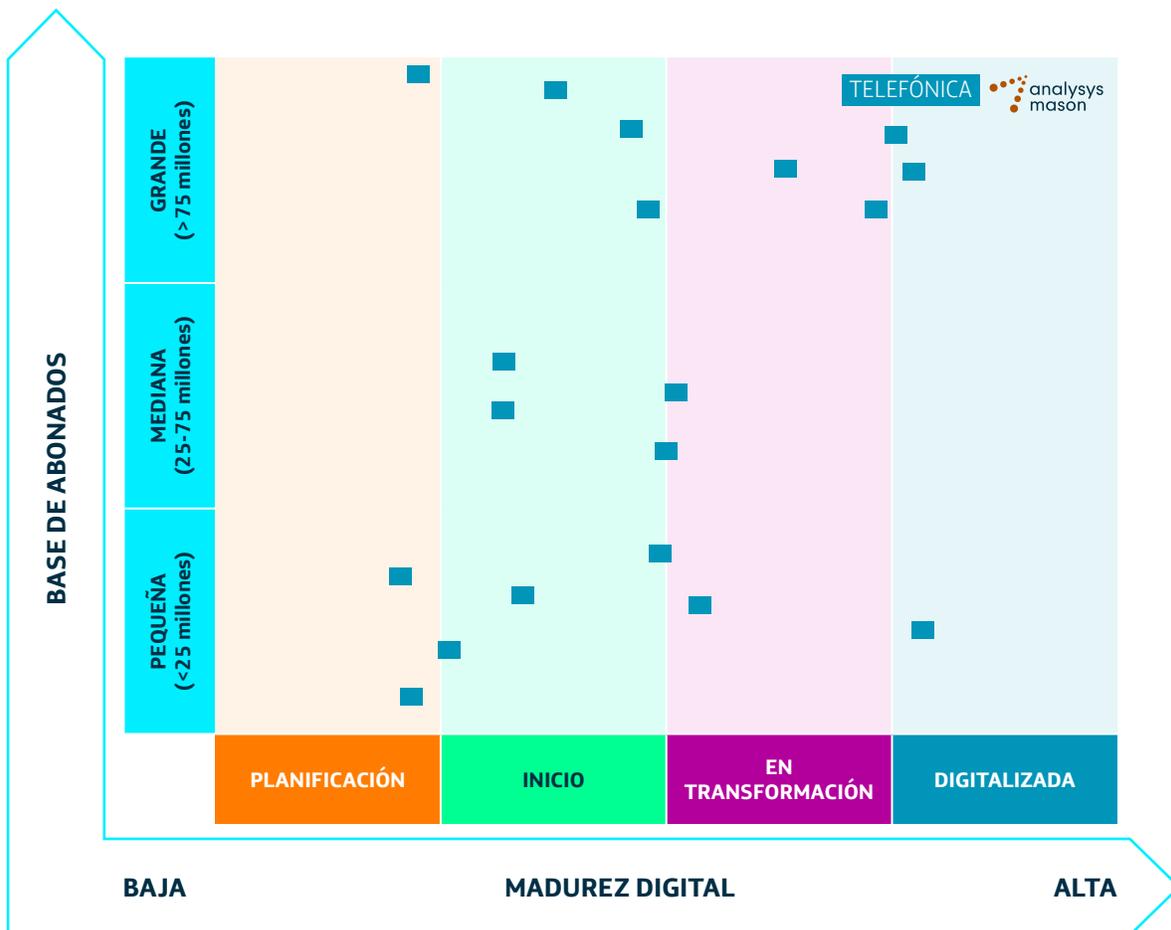
El programa de **Digitalización E2E**, el despliegue de los principales habilitadores tecnológicos y la revisión continua de nuestros procesos, ha permitido los siguientes logros en 2018:

- » **Mejor experiencia digital en el proceso de ventas.** La evolución del ecosistema de marketing digital, la personalización y contextualización de la oferta mediante *Advanced Analytics* (mejor conocimiento y respuesta a los clientes y más de 80 casos de uso implantados en España) han permitido reducir el coste de venta y obtener un 30% de los ahorros capturados en 2018. En España, el 31% de las altas de Fusión se han realizado por canal *online* (+8 puntos porcentuales vs 2017).
- » **Atención y gestión a través de los canales digitales,** con reducción en el coste de provisión (40% de los ahorros), impulsada por la automatización de la atención al cliente (autogestión), el uso de la *app* y de los canales digitales, reduciendo al mismo tiempo un 17% en volumen de llamadas atendidas en *call center*. Destaca la mejora conseguida en Brasil (-27% llamadas al *call center*; +22% uso de la App "Meu Vivo").

- » **Despliegue de plataformas cognitivas en los "Contact Centers"**, con los primeros casos de uso en Brasil, y próximamente en Perú en 2019.
- » **Mayor eficiencia en la gestión de pagos y cobros**, especialmente en Latinoamérica, mediante la simplificación operativa (20% de los ahorros) y la implantación de la factura digital (Brasil +16,0 puntos porcentuales interanual; +5 puntos porcentuales el 4T).
- » **Automatización de procesos**, con incremento de su calidad y disponibilidad y reducción de costes.
 - » En los procesos de provisión y soporte técnico, automatización de la resolución de incidencias (+30% interanual en España).
 - » Lanzamiento de centros de desarrollo de robots ("Fábricas de Robots") en Brasil, España, Alemania y la mayor parte de las operadoras de Hispanoamérica (150 robots).

Somos líderes en digitalización según el "Digital Experience Index" de Analysys Mason.

POSICIÓN DE TELEFÓNICA EN EL DIGITAL EXPERIENCE INDEX



Fuente: Analysys Mason

1.6.3. Tercera plataforma: Oferta de productos y servicios

1.6.3.1. Nuestros clientes residenciales

Trabajamos para ganar la confianza de nuestros clientes desde la sencillez, la transparencia y la integridad. En nuestra oferta y en todos los contactos que mantenemos con ellos, nos esforzamos en hacer su vida más fácil en un mundo permanentemente conectado.

- » En primer lugar, proporcionamos servicios tanto fijos como móviles, que comprenden la telefonía de voz, así como los accesos de banda ancha para el acceso a servicios de valor añadido, aplicaciones y contenidos. Por otro lado, Telefónica ofrece servicios mayoristas, de roaming (uso de los servicios móviles en itinerancia internacional).
- » Telefónica pone al servicio de sus clientes servicios paquetizados o integrados que, bajo una factura única, permiten a nuestros clientes acceder a todos los servicios de voz fija y móvil, Internet o banda ancha y televisión en un solo paquete. Un ejemplo es el servicio Fusión en España.
- » Una de las principales barreras para acceder a Internet, especialmente en algunos sectores de la sociedad, es el coste de los servicios y de los terminales. Por ello, y aunque el precio del Gigabyte ha ido reduciéndose año a año, como parte de nuestro esfuerzo para llevar la conectividad a toda la población, trabajamos en modelos y propuestas comerciales adaptadas a personas con menores recursos económicos. Los modelos de servicios prepago (con un 55% de porcentaje de nuestra base de clientes móviles) o paquetes de banda ancha específicos como los "Cargos por Día" (tarifas asequibles de Internet ofrecidas en varios países de Latinoamérica que facilitan el acceso a servicios de conectividad a sectores de bajos ingresos), son solo algunos ejemplos concretos.
- » Estamos evolucionando nuestra oferta hacia propuestas más flexibles y personalizadas, de forma que proporcionamos al cliente la posibilidad de disfrutar de un producto a medida y adaptado

a sus necesidades. Este es el objetivo de varias iniciativas recientemente lanzadas en algunos de nuestros principales mercados: "Customise your plan" (Reino Unido), "Vivo Easy" (Brasil), "Connect" (Alemania), "Pack Digital" (Chile) o "Pasá GB" (Argentina), entre otros.

- » Ayudamos a nuestros clientes a gestionar su vida digital. Servicios como "Smart WiFi", "Seguridad" o "Coche Conectado", les permiten extender y gestionar sus comunicaciones de forma segura y accesible pero a la vez respetuosa con el bienestar digital de toda la familia. Smart WiFi, se encuentra disponible en 6 países.
- » En vídeo tenemos una plataforma global que ofrece tanto Televisión de Pago tradicional, Video on Demand y acceso multidispositivo. Ya contamos con casi 10 millones de clientes de TV y tenemos la oferta líder de contenido en el mundo hispanohablante. Nuestra creciente capacidad de producción propia de contenidos nos ha permitido crear éxitos como, Campeones, La Peste, Gigantes, Virtual Hero o El embarcadero.
- » Movistar Home es nuestro servicio que ofrece a los clientes una gestión, basada en voz, de su vida digital. Es una forma de recuperar el teléfono fijo en el hogar, convirtiendo las comunicaciones de nuevo en algo que une y conecta familias en su hogar. A través de la activación por voz de Aura permite la accesibilidad a todos nuestros servicios. Y hace posible que nuestros clientes se comuniquen con el lenguaje natural con sus dispositivos.
- » Servicios accesibles para todos: En línea con nuestro compromiso de poner la tecnología al servicio de la sociedad, queremos garantizar que todas las personas puedan acceder a las ventajas de la transformación digital, construyendo un mundo más accesible. Para lograrlo, la apuesta global de la Compañía por la accesibilidad incluye:
 - » El desarrollo de productos y servicios adaptados a las necesidades de las personas con discapacidad, convirtiendo en realidad ideas innovadoras y disruptivas.
 - » Acciones encaminadas a mejorar la accesibilidad de los canales de atención y comunicación con el cliente.



En esta línea, y en el marco del proyecto global Telefónica Accesible, trabajamos para integrar en nuestra cadena de valor el concepto de "Diseño para Todos", por el cual incorporamos la accesibilidad en nuestros procesos, productos y servicios desde su concepción. Para ello, llevamos a cabo acciones de formación y sensibilización para empleados y, en particular, para los desarrolladores de esos canales y soluciones.

Para conseguir soluciones tecnológicas que faciliten el acceso a la información a las personas con discapacidad, trabajamos estrechamente con asociaciones referentes en el ámbito de la discapacidad, que nos permiten conocer mejor las necesidades y demandas de este segmento. En España es el caso de [Fundación ONCE](#) e [Ilunion](#), [CERMI](#), [CENTAC](#) o [FASOCIDE](#), entre otras.

Esta línea de trabajo ha dado lugar a servicios como los siguientes:

- › **Movistar+ 5S:** Servicio que permite a los clientes con discapacidad auditiva o visual acceder a los contenidos de la plataforma de televisión Movistar+ bajo un triple sistema

de accesibilidad: lengua de signos española, subtitulado para sordos y audiodescripción.

Mejora continua en la accesibilidad de la aplicación Movistar+, con el objetivo de garantizar que los usuarios con discapacidad puedan elegir la película o serie de forma autónoma y poder utilizar su teléfono móvil como un mando a distancia accesible.

- › **Breaking Sound Barriers:** Solución educativa desarrollada en colaboración con Fundación Adecco y Ericsson, que traduce la explicación del profesor a subtitulado de forma simultánea, a través de una aplicación móvil.
- › **uSound:** Solución que permite convertir el *smartphone* de la persona con discapacidad en un audífono, como alternativa asequible a éstos.

En materia de terminales, informamos sobre las funcionalidades de accesibilidad de los dispositivos móviles de nuestro catálogo. De este modo, el cliente puede identificar los mejores terminales para superar dificultades visuales, auditivas, cognitivas o de destreza, a través de iconos.

Además de los esfuerzos que realizamos por contar con una oferta sencilla, accesible e innovadora contribuimos al **Fondo de Servicio Universal** en siete países, que a cierre de 2018 supuso una contribución global de **246 millones de euros**. Se trata de un fondo de inversión pública cuyo objetivo es garantizar la prestación de servicios para todos los usuarios con independencia de su localización geográfica, respetando estándares de calidad y a un precio asequible. La inversión se encuentra bajo el control de los organismos públicos designados a tal fin en cada país.

1.6.3.2. Nuestros clientes empresariales

En el segmento Empresas, **Telefónica trabaja para posicionarse como el socio de referencia** para acometer el desafío de la transformación digital de PyMEs, multinacionales y mayoristas. **Nos apalancamos en nuestros activos** para atender a clientes empresariales en cualquier parte del mundo: 75.000 km. de fibra en nuestras redes internacionales, 25 centros de datos, 12 centros de operaciones de seguridad y 12.000 agentes comerciales, entre otros.

Nuestros servicios cubren las redes privadas que ofrecen comunicaciones seguras y fiables a las empresas. Gracias a la virtualización o SDWAN (*Software Defined Wide Area Network*) las redes

son más dinámicas, adaptables y accesibles. Nuestras redes llevan capas adicionales de seguridad a través de [ElevenPaths](#), que las protegen del número creciente de ciberataques. Por otro lado, posibilitamos la conexión y gestión de miles de dispositivos a través de nuestra plataforma "Kite" de IoT (*Internet of Things*).

Nuestro modelo es abierto, donde tienen cabida nuevos socios que enriquezcan nuestra oferta de servicios conforme las expectativas de los clientes. En este sentido, en 2018 llegamos, por ejemplo, a acuerdos globales con Netflix, Amazon y Microsoft que nos permiten integrar los mejores servicios en una experiencia única para cubrir las necesidades digitales de nuestros clientes, tanto residenciales como de empresa.

Asimismo, ayudamos a nuestros clientes a su propia transformación digital migrando sus sistemas a la nube con nuestros servicios Cloud, en alianza con los principales proveedores mundiales (AWS, Google, etc). Y finalmente la transformación de sus negocios a través de los datos con LUCA, nuestra unidad de Big Data.

En el **segmento Empresas** tenemos **una propuesta de valor "lego-like"**, articulada en las cuatro plataformas, donde **nuestros servicios digitales y los de nuestros partners** están en la parte superior del Nuevo Core Digital.

PROPUESTA DE VALOR LEGO-LIKE



Para llevar a cabo esta propuesta trabajamos con un modelo de mejora continua, basado en la optimización de procesos, una articulación adecuada de las áreas funcionales y la digitalización de las interacciones con el cliente. Esta propuesta se despliega en cada subsegmento conforme las necesidades de los clientes.

Pymes: Mejorando la experiencia y satisfacción de la pequeña y mediana empresa

A lo largo de 2018, bajo las palancas de personalización, convergencia, visión *end to end*, digitalización en los procesos de atención y automatización de tareas en nuestros *Contact Center* hemos conseguido notables mejoras en la experiencia de nuestros clientes. Entre ellas destacamos las siguientes:

- » Nuevo **modelo global de soporte técnico**, implantado en varios países de Latinoamérica, que ha reducido significativamente las reclamaciones y los ajustes de facturación.
- » Nuevo **modelo operativo de atención posventa**, transformado con el objetivo de mejorar la satisfacción de los clientes y ofrecer una experiencia digital y personalizada.
- » **Digitalización de nuestra atención**, a través del impulso de nuevos canales de atención a nuestros clientes (*Live Chat*, *APP* y *Web*) y de la automatización de nuestros procesos internos, junto con la aplicación de técnicas de *analytics* a nuestras operaciones.

Grandes Empresas: Creando clientes comprometidos

Las necesidades de los Grandes Clientes han evolucionado hacia la búsqueda de soluciones y experiencias ad hoc. Para ello, hemos desarrollado un amplio número de programas, orientados a reforzar nuestra relación y eficacia en este segmento. Los principales logros a destacar en este campo en 2018 son los siguientes:

- » Programa **"Customer Centric Leadership"**, que implanta un modelo de relación excelente, poniendo al cliente en el centro de la toma de decisiones y creando relaciones de fidelización y compromiso.

- » Programa **"Voice of Customer" (VoC)**, que nos permite tener una visión 360°, brindando respuestas y acciones más eficientes y eficaces acorde a sus necesidades.
- » Iniciativas de fidelización y concienciación, tales como los programas de **mejora operativa de la experiencia de cliente**⁽¹⁾, de **concienciación y comunicación de experiencia de cliente**⁽²⁾ y el de **"Cero Clientes Insatisfechos"**⁽³⁾.

Estamos, asimismo, trabajando ya en la creación de modelos analíticos, que usan técnicas de *Machine Learning* y Big Data, para desarrollar propuestas proactivas, que nos ayudan a mejorar nuestra oferta personalizada, mejorar la fidelidad de nuestros clientes y su vinculación con nuestras marcas.

1.6.4. Cuarta plataforma: Normalización de los datos con experiencia cognitiva

Nuestra cuarta plataforma gestiona de forma integrada todos los datos que genera Telefónica, asegurando el poder y el control por parte del cliente, teniendo la privacidad y la seguridad como máxima prioridad. Asegura un conjunto de capacidades homogéneas en la gestión de nuestro negocio y lo dota de mayor flexibilidad para compartir con nuestros clientes los datos que se han generado a través de los servicios que les proporcionamos.

En el centro de esta iniciativa se mantiene, como **referencia absoluta, la protección de la privacidad de nuestros clientes**, facilitándoles herramientas para que puedan comprender el potencial de sus datos, pero también los riesgos que se plantean cuando éstos son usados de forma no transparente.

Una visión centralizada y normalizada de los datos nos permite aplicar la Inteligencia Artificial de forma industrial a todos los ámbitos de nuestra actividad, desde nuestras operaciones a la oferta (*LUCA*, *Aura*, etc.). En particular, las tecnologías asociadas al Big Data y análisis de datos están demostrando ser una herramienta de incalculable valor para servir a nuestros clientes y al mismo tiempo contribuir a una sociedad más digital y más humana. Entre otros aspectos, facilitan la capacidad de análisis de

(1) Orientado a mantener el contacto continuo con el cliente, comprender sus expectativas y lanzar planes de acción que cumplan con sus necesidades.

(2) Permite focalizarse en las cuestiones de mayor interés para el cliente.

(3) Su objetivo es conseguir la identificación proactiva de clientes insatisfechos y el lanzamiento de actividades que cambien esa percepción.

indicadores que ayudan a entender mejor los retos a los que se enfrentan las diferentes comunidades.

Algunos ejemplos de casos de uso desarrollados con capacidades de Inteligencia Artificial sobre datos son:

- » **Sistema de planificación avanzada de red:** Permite que el diseño de nuestras redes tenga en cuenta la experiencia de cliente desde el primer momento, en combinación con la búsqueda de máxima cobertura y capacidad óptima en cada celda.
- » **Recomendador de terminales:** Ofrece una propuesta personalizada para nuestros clientes cuando han de cambiar su terminal móvil. Esta propuesta tendrá en cuenta, dentro del portfolio disponible, aquellas características que mejor se adaptan a las necesidades individuales del cliente.

1.6.5. Nuestras plataformas crean una sociedad más digital y más humana

Telefónica trabaja para hacer un mundo mejor y más humano a través de la tecnología. Nuestras plataformas hacen posible que este propósito sea una realidad.

No es sólo una aspiración, hoy ya tenemos ejemplos reales como la [inclusión digital](#). Gracias al uso de nuestras plataformas acercamos el mundo digital a todos, independientemente de su localización, estatus económico, conocimiento o capacidades. Esto ayuda a reducir la pobreza, desarrollar el tejido económico y productivo, mejorar los servicios básicos y evitar la aparición de brechas entre sociedades conectadas y no conectadas.

1.6.5.1. Indicadores de satisfacción de nuestros clientes

La experiencia de nuestros clientes, los planes de calidad para mejorarla y la medición de su satisfacción son aspectos estratégicos para Telefónica y, por ello, se reportan al máximo nivel en el Comité Ejecutivo.

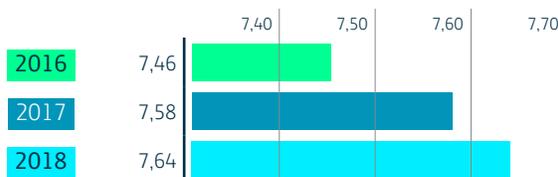
El Consejo de Administración de Telefónica cuenta con una **Comisión específica dedicada a la Calidad y Atención Comercial** que se reúne cinco veces al año para revisar, entre otros temas, la evolución de la satisfacción de nuestros clientes junto con las principales iniciativas desarrolladas en este ámbito a nivel local y global.

Todas las operadoras realizan mensualmente encuestas de satisfacción entre sus clientes con el fin de conocer su percepción sobre el servicio que les prestamos. En estas encuestas, preguntamos por los aspectos más relevantes del servicio, como la calidad de la red, nuestra oferta comercial, la atención a través de distintos canales, la factura, la recarga, el precio, etc. y de ella extraemos uno de nuestros principales indicadores de calidad: el ISC (Índice de Satisfacción del Cliente). Esta información nos permite gestionar mejor las relaciones con nuestros clientes y adelantarnos a sus necesidades.

Ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes para conseguir cumplir con sus expectativas, es parte del ADN de los empleados de Telefónica. Por este motivo, desde hace tiempo, una parte de la remuneración variable de los empleados de la Compañía está directamente ligada al grado de satisfacción de nuestros clientes a través del ISC. Brindamos más información en el capítulo de [Gobierno Corporativo](#) del presente informe.

En el año 2018 el ISC consolidado de Telefónica fue de 7,64 sobre 10 siendo el mejor dato histórico, superando al de la competencia en 11 mercados.

ISC GRUPO TELEFÓNICA



Durante 2018 hemos incorporado el NPS a nuestro modelo de seguimiento de calidad y satisfacción del cliente, cerrando el año con un resultado de 20%. Para 2019 será uno de los indicadores de referencia en los objetivos de Compañía. Buscamos que nuestros clientes no sólo estén satisfechos con el servicio que les prestamos, sino que establezcamos con ellos un vínculo emocional que se materialice en la recomendación de nuestros servicios a su entorno más próximo.

Adicionalmente medimos las percepciones que la sociedad (cliente y no cliente) tiene sobre el desempeño global de la Compañía, a través del modelo RepTrak. De esta forma, conocemos el atractivo emocional de las marcas (RepTrak Pulse) así como las dimensiones y variables de negocio que más influyen en la reputación. Nuestro valor consolidado de RepTrak Pulse en 2018 fue de 51,4 puntos, sobre una escala de 100. Este indicador se incorpora desde 2019 en la parte de retribución variable de los empleados de la Compañía.

1.6.5.2. Sistema de reclamaciones y servicio de defensa del cliente

Telefónica ofrece sus servicios de conectividad de forma continuada e ininterrumpida, 365 días al año, 24 horas al día. Bajo esa premisa trabajamos para lograr disminuir el número de clientes insatisfechos y reducir el número de reclamaciones en todas nuestras operaciones.

Asimismo, reportamos en todos nuestros mercados regulados, la evolución del número de reclamaciones y los tiempos de resolución, de acuerdo con las directrices y parámetros marcados por el organismo regulador de cada país.

País	Organismo regulador	Informe sobre Calidad del Servicio
 España	 Secretaría de Estado para el Avance Digital/CNMT	
 Reino Unido	 Office of Communications (Ofcom) Financial Conduct Authority (FCA)	
 Alemania	 Bundesnetzagentur	
 Brasil	 Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel)	
 Argentina	 Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)	
 Chile	 Servicio nacional del consumidor (SERNAC) y Subsecretaría de telecomunicaciones (SUBTEL)	
 Colombia	 Comisión de Regulación en Telecomunicaciones (CRCOM)	
 Perú	 Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción/ Organismo Supervisor de Inversión Privada (OSIPTEL)	
 Ecuador	 Agencia de Regulación y Control de las comunicaciones (ARCOTEL)	
 México	 Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)	

Por ejemplo, en España, trimestralmente se publica en la web de [Telefónica](#), el Informe sobre Calidad del Servicio, según lo establecido en la Orden IET/1090/2014, de 16 de junio, por la que se regulan las condiciones relativas a la calidad de servicio en la prestación de los servicios de comunicaciones electrónicas, de acuerdo con las directrices marcadas por la Secretaría de Estado para el Avance Digital (SEAD). **En los últimos 6 años, en España se ha reducido el número de reclamaciones, en el segmento de residencial, en más de un 75%.** Para el segmento de empresas, el proyecto de reducción de reclamaciones se inició en 2016, habiendo conseguido en tan solo 3 años reducir a la mitad el número de reclamaciones.

Varios pilares han ayudado a esta significativa mejora del servicio que prestamos a nuestros clientes:

- » La simplificación de la oferta con la llegada de los paquetes convergentes Fusión desde 2012.
- » La popularización de los trámites *online* que permite a los clientes gestionar parte del proceso de forma autónoma.
- » El rediseño y mejora de los procesos operativos, y políticas comerciales, involucrando a todas las áreas de la empresa.

A modo de ejemplo, en 2018, los tiempos de resolución en Movistar España, se han reducido un 25% para el servicio fijo, pasando de 21 días a algo más de 16 días. Y para el servicio móvil, se han

reducido en más de un 40%, pasando de 30 días a menos de 13 días.

Sistemas de reclamación

En todos nuestros mercados habilitamos distintos canales para que nuestros clientes puedan ejercer su derecho a la reclamación en cualquier momento, 365 días al año, 24 horas al día, 7 días a la semana, siendo los principales: nuestros Call Centers, los diferentes canales online, las redes sociales, tiendas y, por supuesto, el correo ordinario.

Servicio de Defensa del Cliente

Telefónica cuenta con un Servicio de Defensa del Cliente, en España (único operador que lo ofrece desde 2006) y Brasil, que próximamente se extenderá a otros mercados de Latinoamérica. Ese servicio proporciona una vía de revisión a los clientes que previamente hayan acudido a las vías ordinarias de presentación de reclamaciones que la Compañía pone a su disposición, actuando, por tanto, como mecanismo de segunda instancia.

Además, este servicio es responsable de identificar oportunidades de mejora en los procesos y actuaciones que llevan a cabo nuestras operadoras en su relación con los clientes, a la vez que se constituye como entidad independiente de Telefónica, lo que contribuye a su carácter objetivo e imparcial en la realización de sus funciones y en la defensa de los derechos de los clientes.

SISTEMAS DE RECLAMACIÓN

 <p>CALL CENTER</p> <p>Llamadas</p>	 <p>CANAL ONLINE</p> <p>Formularios</p>	 <p>TIENDAS</p> <p>Presencial</p>	 <p>CORREO ORDINARIO</p> <p>Sede Social</p>
--	--	---	--



1.7. Nuestra relación con los grupos de interés

A lo largo de 2018 Telefónica continuó con su proceso de transformación y simplificación consolidando su impacto, tanto en el ámbito de negocio como hacia la sociedad. El binomio negocio y sociedad explica la misión de la Compañía: lograr un mundo más humano en un entorno cada vez más tecnológico.

Este propósito surge de un diálogo activo con nuestros grupos de interés, que nos está permitiendo trabajar conjuntamente sobre aspectos clave de Telefónica y nuestra materialidad, a la vez que damos forma a la sociedad del mañana.

El Panel Asesor en Negocio Responsable, que se constituyó en 2016, es la herramienta que nos ha permitido establecer un diálogo estructurado con nuestros principales grupos de interés en todos los países donde operamos. El Panel se articula en dos niveles - central y extendido- de forma que estén representadas todas las geografías donde operamos y se puedan evaluar los temas materiales más relevantes para cada grupo. Con esta propuesta de diálogo, Telefónica complementa y refuerza la relación que cada operadora tiene diariamente a nivel local con estos grupos. La relación de Telefónica con sus grupos de interés se puede resumir:



NUESTRA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

 <p>Involucración y acción</p>	<p>COMISIÓN DEL CONSEJO</p>	<p>Quién: Comisión de Asuntos Públicos y Regulación.</p> <p>Qué: Supervisa, recibe evaluación y marca directrices.</p> <p>Frecuencia: Anual.</p>
 <p>Diálogo y colaboración</p>	<p>PANEL CENTRAL DE NEGOCIO RESPONSABLE</p>	<p>Quién: Panelistas expertos en sostenibilidad y con visión global.</p> <p>Qué: Debate en profundidad de los temas identificados y priorizados en la sesión inicial.</p> <p>Frecuencia: Trimestral.</p>
 <p>Consulta</p>	<p>PANEL EXTENDIDO DE NEGOCIO RESPONSABLE</p>	<p>Quién: Panelistas identificados por las áreas internas en base a su conocimiento del tema material e influencia.</p> <p>Qué: Consulta estructurada en base a los temas relevantes que son comunes en nuestras geografías.</p> <p>Frecuencia: Semestral.</p>
 <p>Información y diálogo</p>	<p>GRUPOS DE INTERÉS LOCALES E INTERNACIONALES</p>	<p>Quién: Todos los grupos de interés a nivel local y global.</p> <p>Cómo: A través de las áreas, locales y globales, con relación con los grupos de interés.</p> <p>Frecuencia: Diálogo diario.</p>

1.7.1. Panel central de negocio responsable

En 2018, tras un periodo de dos años de colaboración, ajustamos el número de participantes para enriquecer el debate y renovamos el 30% de los panelistas de acuerdo con las bases de funcionamiento del Panel. Actualmente se encuentra integrado

por 12 organizaciones: Allianz, Bankia, Cambridge Business Ethics Center, David Rockefeller Center for Latin American Studies, eRevalue, Ericsson, European Women Shareholder, Fundación El País Digital, Gestamp, GSMA, Kreab y Sustain.

El Panel Asesor de Negocio Responsable se reunió 3 veces en 2018, donde se debatieron los siguientes temas clave identificados previamente por dichos panelistas:

NUEVA ESTRUCTURA DEL PANEL

a) Respeto a los derechos humanos en el nuevo contexto digital:

	Privacidad, Seguridad y Salud Diversidad y no discriminación	Transparencia Minerales en conflicto	Debida diligencia Ámbitos de influencia
	APRENDIZAJES		RETOS
GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> » El respeto a los derechos humanos es un tema complejo. Requiere de una evaluación periódica de nuestra actividad y su impacto en todos los grupos de interés, revisando políticas, procesos, KPIs asociados, formación... » El respeto a la privacidad y a la no discriminación es clave en los desafíos asociados a las nuevas tecnologías: Big Data, Inteligencia Artificial,... 		<ul style="list-style-type: none"> » Transparencia para generar confianza: comunicar los impactos, cuantitativos y cualitativos, así como las líneas de actuación derivadas y el progreso realizado. » Se trata de un respeto a nivel global, se precisan de estándares a nivel internacional que guíen el desarrollo de nuevas tecnologías en el entorno digital: Inteligencia Artificial, Deep Learning, Edge Computing,...
MATICES POR GRUPO DE INTERÉS	<p>CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> » Human rights by design, asegurar desde el inicio el respeto integral a los derechos humanos en todos los procesos y productos. » Acceso a productos y servicios. <p>EMPLEADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> » Formación base para concienciar y modificar procesos. 		<ul style="list-style-type: none"> » PROVEEDORES Y SOCIEDAD » Definir los diferentes niveles de responsabilidad e influencia en la cadena de valor. El respeto por los derechos humanos requiere de la colaboración e implicación de todos los actores. » Incorporar el análisis de impactos en el medioambiente.

b) Inteligencia Artificial y los dilemas éticos que plantea:

Privacidad y Seguridad Transparencia	Ética Innovación	Derechos humanos Formación	Gobierno Corporativo Marco regulatorio
APRENDIZAJES		RETOS	
GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> Los avances en Big Data e Inteligencia Artificial están ya presentes hoy en nuestras vidas, con sus ventajas y riesgos. Realizar análisis de impactos donde evidenciar el potencial de uso, inclusión y nuevas brechas. Uso de algoritmos confiables que incorporen la ética en el diseño y no funcionen como "cajas negras". Contar con Comités Internos que vigilen el impacto y sus implicaciones, consultando con grupos multidisciplinares de expertos externos. 		<ul style="list-style-type: none"> Es preciso un cambio cultural que haga posible un uso inteligente y responsable de los datos. No sólo en cuanto a obtener/facilitar nuevos datos, sino también en cómo gestionar los existentes, tanto en las organizaciones como en las personas. La perspectiva internacional e intercultural añade mayor complejidad, dado las diferentes regulaciones, valores, intereses económicos y niveles de desarrollo.
MATICES POR GRUPO DE INTERÉS	<p>CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> Protección de los derechos de privacidad y seguridad. Se demanda transparencia, control y propiedad sobre el uso de los datos. <p>EMPLEADOS Y SOCIEDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> Formación periódica para introducir la ética en el diseño de productos e introducir a los ciudadanos al nuevo entorno. 		<p>SOCIEDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> Promover debates multidisciplinares sobre las implicaciones éticas de la inteligencia Artificial y cómo definir marcos sectoriales y normativos que puedan dirimir esas implicaciones. Se espera un liderazgo por parte de Telefónica que asegure una transición justa, transparente e inclusiva a este nuevo ecosistema digital.

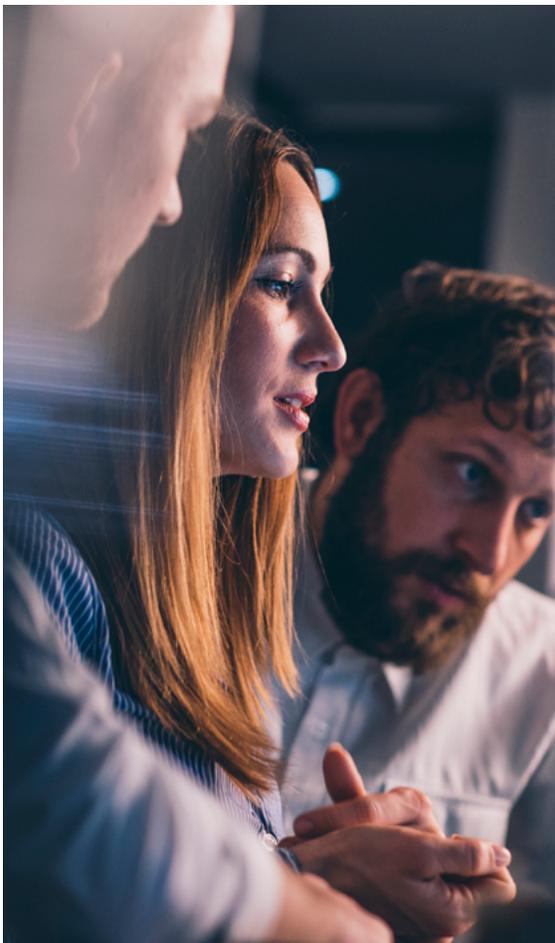
c) Gestión de talento y diversidad, motores de crecimiento:

4ª Revolución industrial Propósito y valores	Habilidades Formación	Atracción y retención Trabajo justo e inclusivo	Cultura Orientación al cliente
APRENDIZAJES		RETOS	
GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> No es el pez grande el que se come al pequeño sino el pez rápido el que se come al lento. La 4ª Revolución Industrial beneficiará a las empresas que sean capaces de innovar y adaptarse. Para ello es necesario un nuevo estilo de liderazgo y habilidades. La automatización del trabajo convierte a las personas en la mayor fuente de competitividad de las empresas. La diversidad debe abordarse desde una doble vertiente, de eliminación de barreras y de gestión de talento. La política de diversidad debe ser parte de la estrategia y estar alineada con el propósito y valores de empresa. 		<ul style="list-style-type: none"> Es necesario profundizar para entender la correlación existente entre diversidad y resultados empresariales específicos para encontrar palancas de gestión sobre las que actuar. Dos claves de un modelo de gestión de la diversidad exitoso: (1) Una visión estratégica y consciente de la política de diversidad e inclusión. (2) Un modelo integrado de gestión que involucre a toda la organización asegurando la coherencia interna de las distintas acciones.
MATICES POR GRUPO DE INTERÉS	<p>CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> Hoy, más que nunca, la diversidad es un eje estratégico de gestión empresarial por su impacto en innovación y en competitividad. <p>EMPLEADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Abordar la diversidad desde un marco común atendiendo a la vez a las particularidades de los colectivos. 		<p>EMPLEADO</p> <ul style="list-style-type: none"> Organización: adelantarse y preparar a la fuerza laboral para afrontar el cambio, desarrollando las habilidades necesarias en equipos ágiles, multidisciplinares y autónomos. Las nuevas formas de trabajo inciden en la calidad de vida de los trabajadores, por ello es preciso asegurar el bienestar digital y el derecho a la desconexión.

1.7.2. Panel extendido de negocio responsable

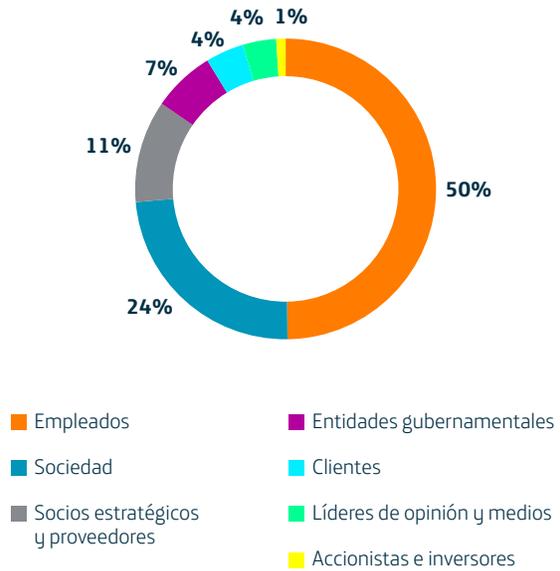
En 2018 el Panel contó con la participación de 410 organizaciones, en dos sesiones de consulta, donde el [Reputation Institute](#) proporcionó el soporte metodológico:

- » **Diálogo individual en profundidad para identificación de áreas de mejora:** con expertos de más de 50 organizaciones, que finalizó en febrero de 2018 y cuyos resultados se publicaron en el [Informe Integrado 2017](#).
- » **Consulta online:** sobre la percepción del nivel de avance y relevancia de los [Objetivos de Desarrollo Sostenible](#), que contó con la participación de 367 organizaciones y 364 empleados.

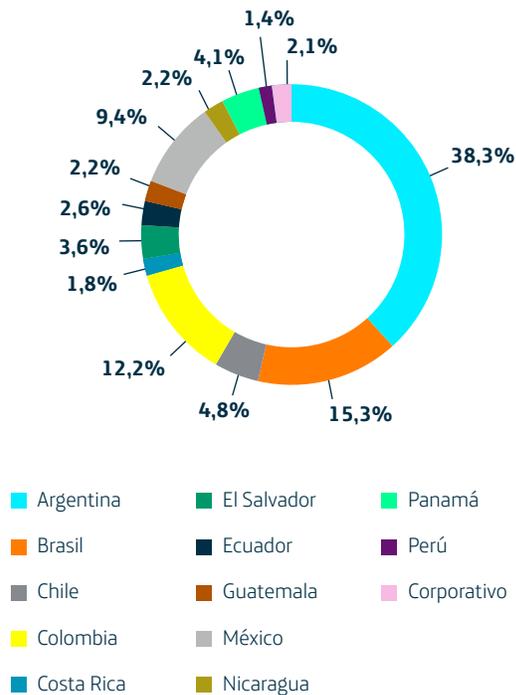


Participación en la consulta sobre Objetivos de Desarrollo Sostenible

DISTRIBUCIÓN POR GRUPO DE INTERÉS (%)



DISTRIBUCIÓN POR PAÍS (%)



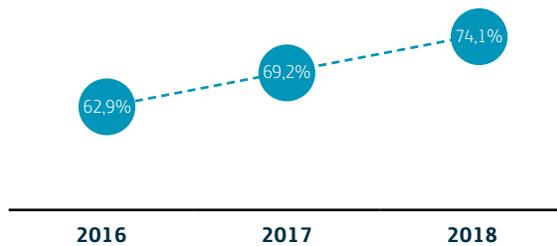
La reputación de Telefónica entre público experto es fuerte, alcanzando niveles cercanos a 75%.

En esta ocasión, evaluamos el nivel de conocimiento en cada país de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles de Naciones Unidas (ODS), así como el desempeño percibido de Telefónica en esta materia.

Como principales hallazgos cabe destacar que, los ODS tienen una visibilidad baja en los países y expertos consultados, siendo el sector privado el más activo en su cumplimiento y difusión. Destacamos entre las organizaciones más activas.

En referencia al desempeño de Telefónica, los objetivos 4, 9, 11 y 12 son donde se percibe un mayor impacto. Nuestra actuación en este ámbito refuerza la reputación de Telefónica entre público experto, que nos puntúa en niveles próximos a 75, sobre una escala de 100, conforme la métrica *RepTrak Pulse del Reputation Institute*:

REPTRAK® PULSE



1.7.3. Estrategia de diálogo a nivel local

En 2018 actualizamos el mapa de grupos de interés, a nivel local. De esta forma identificamos aquellas

organizaciones que mejor representan a nuestros principales públicos a nivel local, conforme las categorías indicadas en el Anexo I.

Esta actualización nos ha permitido lanzar iniciativas acordes a las inquietudes en los diferentes países, destacando:

- » Constitución del Comité de Sostenibilidad y Reputación en Brasil, que entre sus atribuciones incluye vigilar por la relación con los grupos de interés, identificando potenciales riesgos, lanzando acciones que eviten o mitiguen dichos riesgos.
- » Análisis de materialidad específico, llevado a cabo en Brasil, Panamá, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.
- » Diálogo con proveedores sobre prevención de la corrupción en Colombia.
- » Despliegue ciudadano de fibra óptica en Chile, donde su planificación se realizó en colaboración con los gobiernos locales y las comunidades de vecino; transmitiendo así todos los beneficios del mundo digital.
- » Presidencia de la plataforma de coordinación de género, también en Chile.
- » Celebración del IX *Workshop* de Eficiencia Energética y Cambio Climático en Argentina.

En lo que se refiere a privacidad, uno de los aspectos materiales de mayor impacto, cabe destacar la presentación y debates sobre la nueva edición del [Manifiesto Digital](#) en los principales países del Grupo.



1.8. Aspectos materiales de nuestra actividad

El diálogo con nuestros grupos de interés es la base principal sobre la que realizamos el análisis de materialidad. Ellos nos ayudan a identificar los principales temas a los que debemos dar respuesta, alineando así la sostenibilidad a nuestro negocio.

Con el objetivo de aumentar la comparabilidad y exhaustividad, tenemos presente el análisis de

materialidad de [Global e-Sustainability Initiative \(GeSI\)](#), las indicaciones de la Guía del [Global Initiative Reporting \(GRI\)](#) y nuestros objetivos de negocio, validando además de forma periódica los resultados a nivel local.

Esta metodología nos ha permitido identificar **siete aspectos prioritarios en toda nuestra cadena de valor.**

MATRIZ DE MATERIALIDAD



- Confianza digital
- Telco como motor de desarrollo
- Orientación al cliente
- Medioambiente
- Comportamiento ético y responsable
- Gestión de la cadena de suministro
- Atracción y retención del talento



Para evaluar la materialidad de los temas en la sostenibilidad de nuestro negocio, tenemos en cuenta factores internos y externos, que responden a la relevancia que otorgan nuestros grupos de interés y al impacto que tienen en la sociedad:

a. Análisis de la relevancia para nuestros grupos de interés: Tenemos en cuenta las expectativas y los intereses razonables de [nuestros grupos de interés](#), recogidos en base a los diferentes tipos de involucración y diálogo que se dan en el Grupo.

b. Análisis de los impactos: Consideramos "impactos significativos" aquellos que afectan a la economía, el medioambiente, la sociedad y son objeto de preocupación para nuestros grupos de interés o se han identificado como fundamentales para nuestro propósito y misión, estrategia competitiva, y las expectativas de acuerdos y estándares internacionales a los que nos suscribimos, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas o a los acuerdos del GSMA.

Los aspectos que se derivan de este ejercicio de materialidad definen nuestro Plan de Negocio Responsable:

- » **Confianza digital:** Cada vez disponemos de más información personal sobre nuestros clientes, lo que nos lleva a aumentar la capacidad de relacionar muchos más datos (Inteligencia Artificial). Para nosotros es importante que la gestión de esta información beneficie al cliente, garantice sus derechos y tenga un impacto positivo en la sociedad.

 Más información, en el capítulo "2.1. Un entorno digital seguro para nuestros clientes".

- » **Telco como motor de desarrollo:** Nuestra actividad es clave en el avance de las comunidades, negocios y personas. Somos agentes activos de la digitalización y por ello trabajamos para potenciar la inclusión digital y la innovación.

 Más información, en los capítulos "1.6. Una compañía de plataformas inclusiva con el cliente en el centro" y "1.9. El vector de la innovación".

- » **Orientación al cliente:** En Telefónica queremos tener una relación de confianza con nuestros clientes, por ello, actuamos de forma transparente, escuchamos, prestamos un servicio de calidad acorde a las expectativas y nos anticipamos a sus necesidades.

 Más información, en el capítulo "1.6. Una compañía de plataformas inclusiva con el cliente en el centro".

- » **Medioambiente:** Aunque nuestra huella ambiental es relativamente pequeña frente a otros sectores, queremos reducir el impacto y ofrecer soluciones a los problemas ambientales a través de la digitalización.

 Más información, en el capítulo "2.2. Digitalización y medioambiente", donde se presenta también una matriz de materialidad específica para estos temas.

- » **Comportamiento ético y responsable:** Actuamos bajo unos estándares éticos, que también se reflejan en el comportamiento de nuestros empleados. Creemos que es clave actuar de forma transparente, con una cultura ética y comprometida y procesos que eviten y sancionen cualquier actuación indebida.

 Más información, en el capítulo "2.6. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio".

- » **Gestión de la cadena de suministro:** La cadena de suministro tiene un peso significativo en nuestra actividad y reputación. A nivel regulatorio y en el ámbito de analistas e inversores, se intensifican los requerimientos relacionados con su gestión y reporte. Además, nuestros socios y clientes (consumidores y compañías), nos demandan una gestión responsable.

 Más información, en el capítulo "2.5. Los proveedores, nuestros aliados".

- » **Atracción y retención del talento:** Nuestra mayor fuente de competitividad y diferenciación son nuestros empleados. La innovación, clave para el mantenimiento a largo plazo, solo es posible si se cuenta con el mejor talento, diverso y comprometido, ayudándoles a crecer a nivel personal y profesional.

 Más información, en el capítulo "2.4. Nuestro equipo marca la diferencia".

Para dar respuesta a todos estos aspectos materiales hemos definido un Plan de Negocio Responsable, liderado por la dirección de Ética Corporativa y Sostenibilidad, que se reporta mensualmente a la Comisión de Asuntos Institucionales y Regulación.

El Plan está articulado principalmente por las iniciativas de: promesa cliente y confianza digital, cadena de suministro; talento y diversidad, gestión ambiental y cambio climático; seguridad y salud, derechos humanos e innovación sostenible.

Las iniciativas se desarrollan de forma coordinada a nivel global y local, en los diferentes mercados, lo que nos permite adaptarnos a las expectativas de los grupos de interés en cada ámbito.



1.9. El vector de la innovación

La innovación ha formado parte del ADN de Telefónica desde sus comienzos, nuestra estrategia se basa en el equilibrio entre innovación interna, dedicada a nuestro negocio *core*, e innovación abierta.

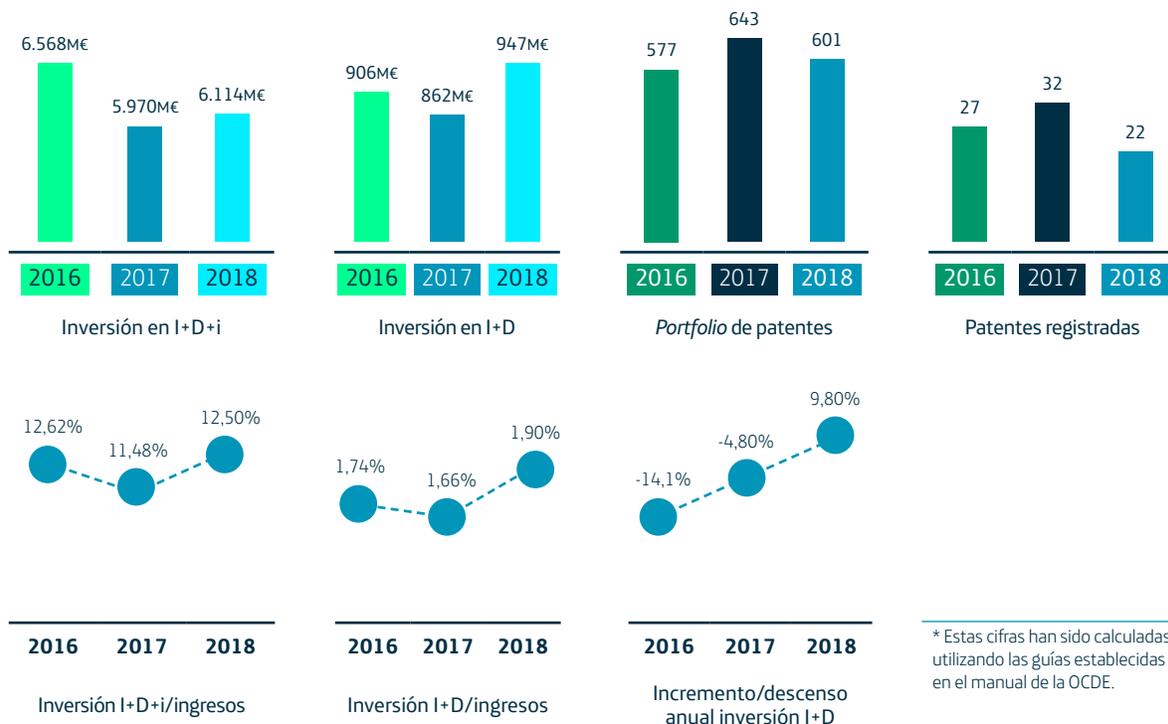
Esto quiere decir que el 80% del trabajo de innovación se enfoca en identificar oportunidades futuras para nuestro negocio -*Core Innovation*-, y el 20% restante en buscar nuevos espacios donde la Compañía pueda reinventarse a través de modelos disruptivos -*Open Innovation*. De esta manera, aseguramos nuestra capacidad de anticiparnos a las necesidades a corto, medio y largo plazo, tanto en el desarrollo de nuestros servicios y

plataformas propias, como en la búsqueda de nuevas oportunidades aún desconocidas.

Componente intrínseco del proceso de innovación es nuestro compromiso con el desarrollo de soluciones innovadoras con carácter sostenible, que tienen como objetivo generar un impacto positivo en el medioambiente y en el progreso económico y social de las regiones donde operamos. Además, promovemos la accesibilidad de nuestros productos a través de la tecnología, para facilitar el acceso al mundo digital de todos los colectivos.

Los siguientes indicadores reflejan nuestra capacidad de innovación en 2016, 2017 y 2018.

NUESTRA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

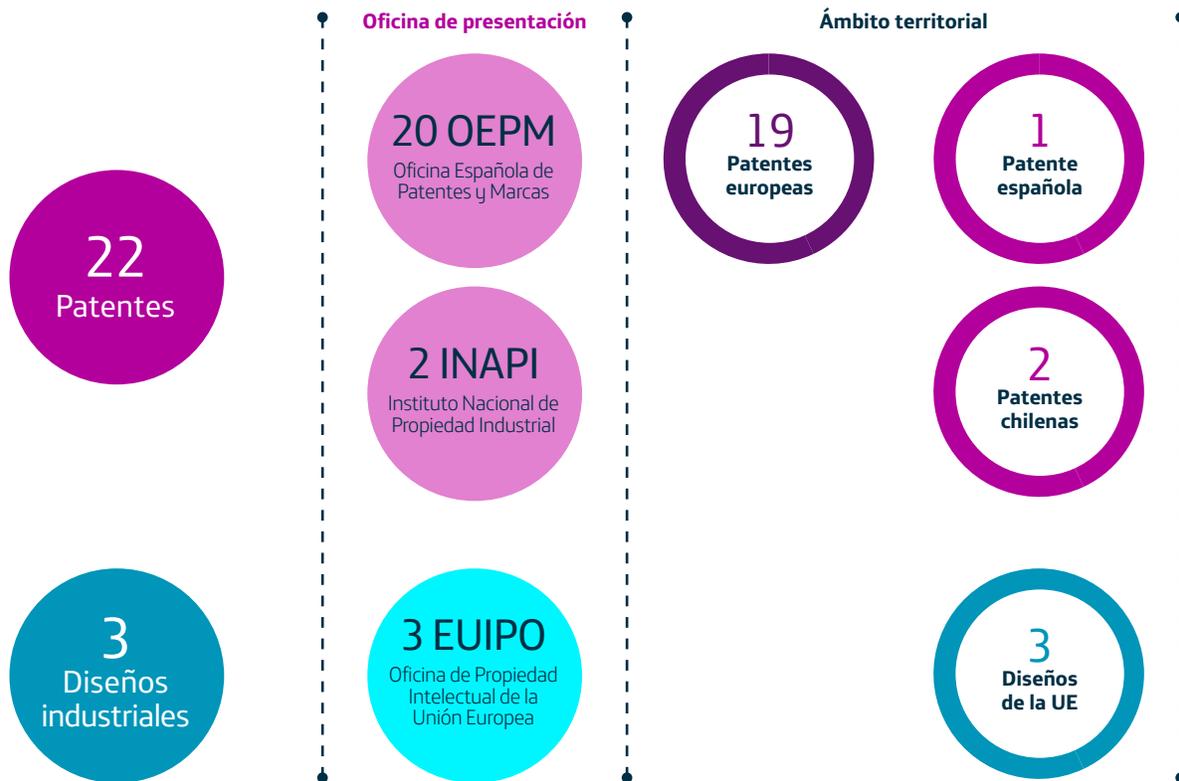


* Estas cifras han sido calculadas utilizando las guías establecidas en el manual de la OCDE.

En 2018, hemos invertido más de 900 millones de euros en I+D.

Durante 2018, Telefónica registró 22 nuevas solicitudes de patente, de las cuales 19 son solicitudes europeas, una española (todas ellas a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas) y dos solicitudes chilenas. En 2018, Telefónica también ha registrado 3 nuevos diseños industriales en la EUIPO (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea).

NUEVOS ACTIVOS GENERADOS EN 2018



1.9.1. Innovación interna (Core innovation)

Una parte relevante de las actividades y proyectos de innovación son ejecutados por el área de Innovación Interna. Su misión se centra en mejorar nuestra competitividad a través de mejoras en redes, comunicaciones y datos, el desarrollo de nuevos productos y la investigación experimental y aplicada. En la ejecución de sus funciones, esta unidad colabora con otras organizaciones externas y universidades que comparten nuestro objetivo de impulsar la innovación tecnológica.

Un ingrediente central en esta forma de trabajo es la utilización de la metodología *Lean Startup*. En 2012 Telefónica comenzó a aplicar esta metodología en los proyectos de innovación. *Lean Startup* nos ha permitido acelerar el proceso de innovación y hacer más con menos, con un claro enfoque de mercado y de cliente. El modelo divide el proceso de diseño en 4 fases sobre las que se trabaja hasta llegar al lanzamiento comercial, en el que se deben ir superando diferentes hitos que determinan la continuidad del proyecto y su idoneidad o su descarte:

INNOVACIÓN INTERNA



Otro de los principales pilares internos es la búsqueda de ideas entre nuestros empleados y la creación de una cultura de innovación propia. A través del programa global de **"IN_Prendedores"** integramos todos los activos dedicados a la innovación para financiar y dotar de recursos a las mejores ideas presentadas por empleados.

Así, dentro de este marco se han impulsado proyectos relacionados con seguridad, sostenibilidad, Internet de las Cosas, hogares conectados y canales online, entre otros. Entre los que destacan los proyectos [Internet para Todos](#), Niji (seguridad) o las soluciones de *Smart Cities* y *Smart Energy* ([Internet de las Cosas](#)).

Durante 2018, Telefónica continuó trabajando en el desarrollo de la tecnología de *edge computing* para mejorar la calidad de los servicios que proporciona a sus clientes. Este año se ha puesto en marcha el primer despliegue mundial de una central telefónica virtualizada con clientes reales conectados creando el primer laboratorio de *edge computing* multiacceso del mundo (residencial, empresa y móvil).

1.9.1.1. Innovación en redes y comunicaciones

El principal objetivo de esta línea de actividad es preparar nuestras infraestructuras para el futuro, construyendo una red multi-servicio de alta capacidad, programable, flexible, escalable y abierta, capaz de ofrecer las prestaciones que demandarán los nuevos servicios de una manera económicamente sostenible a través de la virtualización de nuestra red.

En 2018 seguimos impulsando el estudio y desarrollo de las nuevas redes 5G. A largo plazo, nuestras redes y tecnologías de la información se integrarán en una infraestructura común y ubicua de muy alta capacidad basada en el uso de hardware de propósito general de alto rendimiento y programable que ofrecerá recursos para el transporte, el encaminamiento, el almacenamiento y la ejecución de procesos.



La Comisión Europea y la industria TIC están trabajando en la iniciativa "[5G Infrastructure Public-Private Partnership](#)" (5G PPP) para repensar la infraestructura actual y crear la próxima generación de redes y servicios de comunicación que proporcionen una conectividad ubicua ultrarrápida y que permita prestar los servicios bajo toda circunstancia.

1.9.1.2. Innovación en nuevos productos y soluciones

Trabajamos en el desarrollo de soluciones y aplicaciones enfocadas al mundo digital, interfaces de usuario avanzadas, distribución de televisión y contenidos multimedia y otros servicios de valor añadido, aprovechando el potencial de las infraestructuras de telecomunicaciones desplegadas.

En concreto, las principales líneas de actividad realizadas durante el año 2018 estuvieron relacionadas con el desarrollo de servicios de red basados en el cliente, servicios relacionados con el Big Data y la analítica de información, servicios de vídeo y multimedia, soluciones avanzadas para negocios, de Internet de las Cosas (IoT), de marketing digital cognitivo, aplicando Inteligencia Artificial a los procesos de venta de las empresas para personalizar la relación con los clientes a través de las soluciones que refuerzan la seguridad del proceso de autenticación de la identidad digital mejorando su seguridad y experiencia usuario.

En 2018, se han desarrollado soluciones derivadas del uso de 5G, como el autobús autónomo 5G o el piloto del primer demostrador de televisión 4K en movilidad en España. También se promovieron mejoras a la experiencia usuario de Movistar+ con aplicaciones como [Xtreamr](#).

1.9.1.3. Innovación disruptiva, aplicada y experimental

Contamos con equipos de innovación que analizan las posibilidades a futuro de la tecnología. De estas actividades y líneas de innovación han salido, entre otras, las unidades de negocio de Internet de las Cosas (IoT) o Inteligencia Artificial, que se han convertido en áreas estratégicas de desarrollo de nuestro negocio. Por otro lado, se colabora con universidades, proveedores y organismos internacionales en áreas como: redes, el futuro de Internet o el aprendizaje automático.

Los datos móviles son una fuente de información extraordinariamente útil sobre la actividad humana. Hoy en día, no hay otra fuente de datos que pueda proporcionar tal nivel de capilaridad y alcance a nivel mundial. Esa es la razón por la que son los datos preferidos para el análisis de cualquier comportamiento humano que incluya la movilidad. En muchos casos, los datos móviles se complementan con otras fuentes de datos, que pueden aplicarse por ejemplo para entender y combatir la propagación de enfermedades infecciosas o para la prevención de delitos. En Telefónica, actualmente estamos desarrollando proyectos de investigación relacionados con la Inteligencia Artificial para analizar el comportamiento abusivo en la red. Además, seguimos posicionándonos como empresa pionera en el desarrollo de la tecnología del blockchain.

Además de estos desarrollos que nos permiten ofrecer soluciones innovadoras a nuestros clientes, contamos con iniciativas orientadas a abordar algunos de los grandes retos globales, generando a la vez un modelo de negocio sostenible para nuestra empresa. Es lo que denominamos innovación sostenible y en Telefónica se centra en tres pilares o temáticas:



Conectar a Todos

Proyectos de conectividad en zonas remotas, comunicaciones portátiles como respuesta ante emergencias o servicios de conectividad accesibles para colectivos con discapacidad.



Proteger el Planeta

Soluciones de energías renovables, eficiencia energética y economía circular, tanto de aplicación interna como para su comercialización ([soluciones ecosmart](#)).



Desarrollar Sociedades Sostenibles

Soluciones de transporte sostenible, ciudades inteligentes o de desarrollo digital del entorno rural. Soluciones de *Smart Agro* o servicios *Open Government*.



Entre las diferentes actividades de 2018 se puede destacar la [“IV Iniciativa de Innovación Sostenible”](#) donde han participado 155 proyectos procedentes de equipos y empleados de los países en los que operamos y de *startups* del ecosistema de [Wayra](#) y [Open Future](#); así como, proveedores de Telefónica. Buscamos proyectos que abordan los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Los proyectos impulsados por la Iniciativa de Innovación Sostenible en esta edición fueron:

a. Producing Right!

Solución para ayudar a los productores rurales a mejorar gradualmente sus prácticas productivas teniendo en cuenta aspectos sociales y medioambientales. Proyecto centrado en las crisis de tipo alimentario cada vez más recurrentes debido al avance del cambio climático e impactando directamente en las personas como es el caso de los refugiados climáticos. Se desarrollará en Ecuador conjuntamente por la *startup* [BovControl](#), acelerada por Wayra Brasil, y el equipo de [Big Data for Social Good](#) de LUCA.

b. Electricidad y Conectividad para Todos.

Una solución de Telefónica y [Acciona.org](#) para crear un modelo de negocio que permita extender la conectividad y la electricidad en las zonas remotas de Latinoamérica con un piloto en la cuenca del río Napo en Perú.

c. Drones IoT para el control de tráfico.

Desarrollo de drones IoT que podrán ser dirigidos desde el centro de control de tráfico (i.e.: DGT) a través de la red móvil y enviar información en tiempo real sobre el estado de las carreteras y el tráfico o proveer de conectividad en zonas remotas.

Esta solución es de gran utilidad en el evento de una emergencia en carretera con la finalidad de reducir el tiempo de respuesta de los equipos de asistencia; así como dotar de la información necesaria para la actuación en tiempo real.

d. Asistente Financiero VIVO.

Creación de una plataforma de educación financiera integrada con la asistente virtual Aura para contribuir a reducir la brecha económica brasileña a través de la educación y de la innovación digital.

e. Medida continua de niveles gas radón.

El radón es la segunda causa de cáncer de pulmón después del tabaco en el mundo. La detección continua de sus niveles en espacios cerrados a través de equipos de IoT permite implantar soluciones mitigadoras.



En esta línea de actividad, destaca también **Telefónica Alpha**, la filial de innovación disruptiva de Telefónica, que se ha convertido en la primera factoría de *“moonshots”* de Europa, o lo que es lo mismo, la principal factoría de soluciones cuyo objetivo es inventar y crear tecnologías que puedan hacer del mundo un lugar radicalmente mejor. Desde Alpha se trabaja principalmente en proyectos de medio y largo plazo con gran impacto social, y en concreto actualmente en soluciones que buscan resolver algunos de los grandes retos asociados a la salud y a la energía.

 Más información, en la sección de nuestra web [“Proyectos sostenibles”](#).

1.9.2. Innovación abierta (*Open innovation*)

INNOVACIÓN ABIERTA

Ecosistema emprendedor		Fondos
OPEN FUTURE Alianza público-privada	W wayra	Fondos de innovación: • De terceros • Propios: Telefónica Ventures
Dinamizador de la innovación	Potenciador de la innovación	

La estrategia de Telefónica, en el área de Innovación Abierta, se basa en apoyar a compañías innovadoras que se encuentran en diferentes estados de desarrollo. Gracias a nuestras unidades de Telefónica Open Future y Wayra así como a los Fondos de Innovación, disponemos de programas globales y abiertos diseñados para conectar a emprendedores, *startups*, inversores y organizaciones públicas y privadas de todo el mundo.

Estos programas persiguen desarrollar y potenciar tanto el talento como el emprendimiento tecnológico-digital en los países donde operamos, detectando el talento en cualquiera de las fases de madurez. De esta forma podemos incorporar, en el momento más apropiado, a la Compañía la innovación asociada a las *startups* y otras iniciativas que apoyamos.

Nuestros más de 60 *hubs* facilitan a las *startups* un acceso único a grandes socios corporativos, inversores, gobiernos, instituciones públicas y emprendedores relevantes. Impulsamos el ecosistema de emprendimiento global apoyándonos en más de 140 socios públicos y privados que nos permite ampliar nuestra oferta de servicios, dar acceso a nuestros emprendedores a eventos, competiciones, rondas de financiación, etc.

Actualmente operamos en 17 países donde contamos con un portafolio de más de 400 *startups*, de las cuales más del 20% hacen negocio con Telefónica y más de 100 han desarrollado aplicaciones y servicios que ya están integrados con Telefónica; un 60 % de ellos de Latinoamérica y un 40 % de Europa.

1.9.2.1. Ecosistema emprendedor

Wayra es la interfaz global entre Telefónica y el ecosistema emprendedor. Como socio estratégico,

Wayra opera a través de 11 *hubs* en 10 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Alemania, México, Perú, España, Reino Unido y Venezuela, llevando a emprendedores talentosos procedentes de estos ecosistemas a una escala global. Nuestra misión es conectar a innovadores con Telefónica para generar oportunidades de negocio conjuntas.

En 2018 hemos relanzado Wayra con objetivo de acelerar e invertir en empresas tecnológicas, más maduras y que encajen con los proyectos estratégicos de la Compañía o en campos como Big Data, Inteligencia Artificial, Internet de las Cosas, ciberseguridad o *fintech*. Coincidiendo con este relanzamiento, se ha puesto en valor el nuevo *IoT activation program*; un programa especialmente dirigido a *startups* que necesitan impulsar el desarrollo de soluciones de Internet de las Cosas poniendo a disposición de creadores, desarrolladores y emprendedores servicios y herramientas exclusivas para que puedan probar de manera gratuita nuevas soluciones de IoT para disminuir el tiempo de lanzamiento al mercado.

En 2018, destaca el [acuerdo entre Renfe y Wayra España para el desarrollo del proyecto TrenLab](#) que lanza tres grandes retos de negocio a la comunidad de innovación y emprendimiento: Movilidad Digital, Digitalización de Operaciones y Logística a Demanda.

Adicionalmente, colaboramos con socios, públicos y privados, generando espacios para el emprendimiento con los **Open Future hubs**, que ofrecen espacio físico de trabajo, *mentoring*, acceso a ofertas exclusivas de socios comerciales, etc. Compañías que no tengan aún un producto viable o que generen negocio son potenciales candidatas para entrar a los programas Open Future. Contamos con 50 *hubs* en 16 países que refuerzan la red de *hubs* de Wayra.



1.9.2.2. Fondos de Innovación

Nuestra red de fondos de innovación de capital riesgo cuenta con co-inversores públicos y privados para la financiación y aceleración de empresas tecnológicas. Esta capacidad de atraer capital externo permite multiplicar el volumen inversor y mejorar el alcance. Sumamos 9 fondos a través de los que hemos invertido en más de 100 startups entre Europa y Latinoamérica con presencia en España, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Así mismo, disponemos de un fondo de inversión corporativo, **Telefónica Ventures**, con oficinas de *scouting* en Silicon Valley, Israel, China y España. A través de este fondo invertimos en startups maduras alineadas con la estrategia global de Telefónica, que pueden firmar acuerdos para facilitar sus servicios a los millones de clientes de la Compañía.

En resumen, nuestros principales datos de innovación abierta son:



Más de **400 startups** en cartera/activas



Más de **100 startups** trabajando con Telefónica



16 países



Más de **60 espacios** de Open Future y Wayra



4 centros de *scouting* en Silicon Valley, Israel, China y España



1.10. CASE STUDY FLAGSHIP

Internet para Todos



En qué consiste...

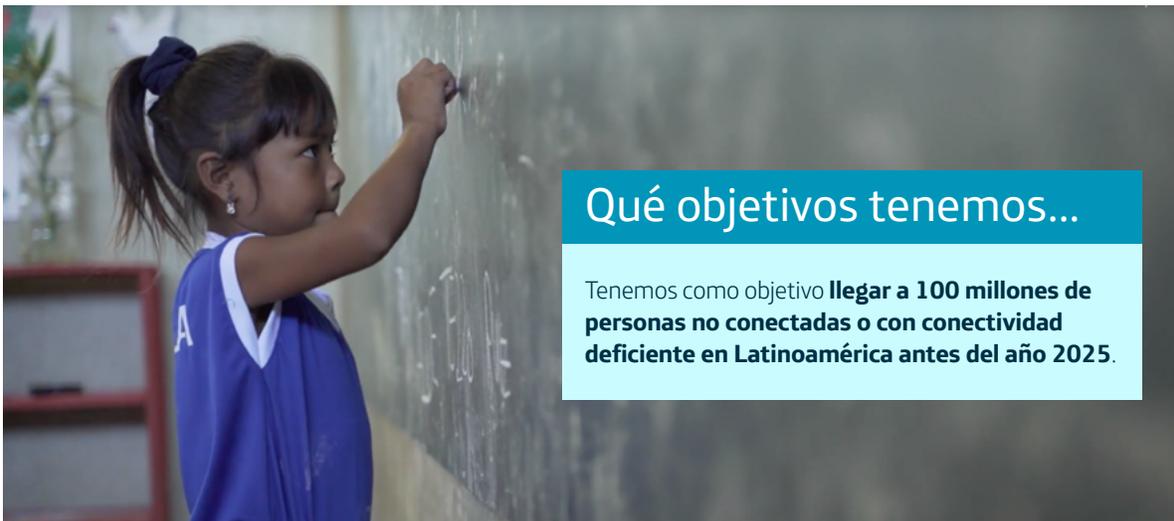
Casi 100 millones de personas no cuentan con conexión⁽¹⁾ o tienen una conexión⁽²⁾ deficiente en los países donde Telefónica opera; principalmente en Latinoamérica. Por esta razón, hemos lanzado el **programa Internet para Todos** que reinventa la manera de diseñar, desplegar, operar, mantener y comercializar redes, para poder extender el acceso a internet móvil a toda la población de manera rentable.

Centrándonos en minimizar costes para garantizar la sostenibilidad económica, hemos diseñado un novedoso modelo de negocio abierto y una arquitectura flexible y segura que habilita la tercerización de nuestras redes, para que puedan ser gestionadas a través de nuevos socios: operadores rurales, manteniendo el control extremo a extremo desde Telefónica.

En resumen, **estamos reinventando lo que significa ser una Telco en el siglo XXI**: a través de la innovación, la eficiencia, una nueva cadena de suministro, tecnología abierta y operaciones con un modelo de *start-up*.

(1) **Personas no conectadas.** Aquellas que residen en zonas donde no existe servicio, ni fijo ni móvil, de ningún tipo (ni voz, ni datos) de ningún operador. Características generales: poblaciones remotas (más de 20km de un municipio relevante), pequeñas (menos de 800 habitantes), y geografías complejas (selva profunda, montaña o desierto).

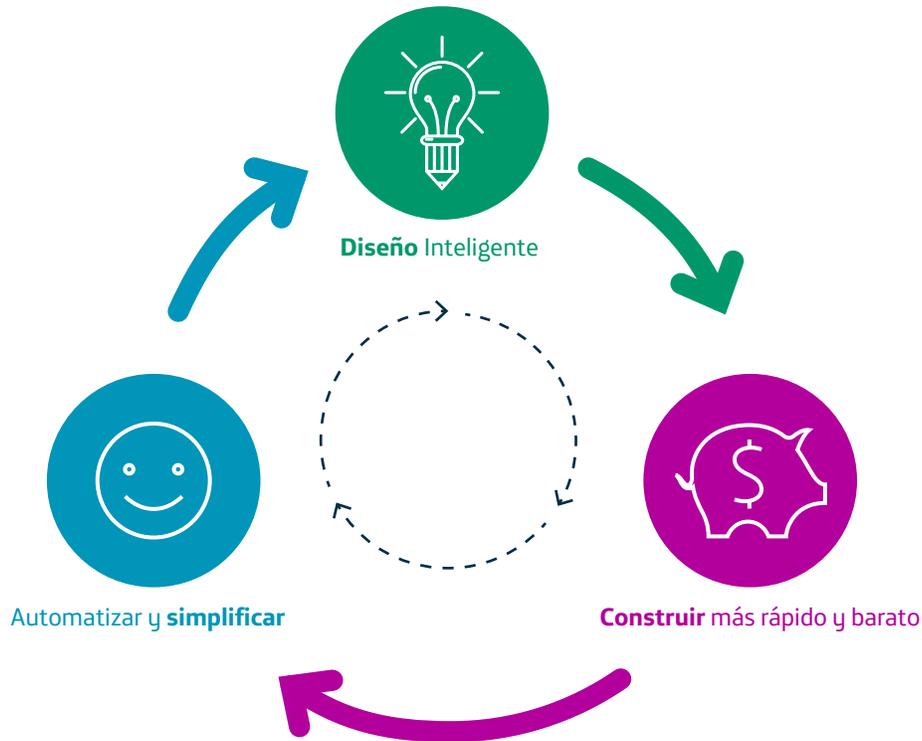
(2) **Personas con conectividad deficiente.** Aquellas dónde existe al menos voz móvil de un operador o dónde la conectividad no permite una experiencia de Internet de calidad (por ejemplo, un enlace satelital insuficiente). Características generales: poblaciones dispersas (más de 10km de un municipio relevante) y medianas (menos de 3000 habitantes).



Qué objetivos tenemos...

Tenemos como objetivo **llegar a 100 millones de personas no conectadas o con conectividad deficiente en Latinoamérica antes del año 2025.**

LA TRANSFORMACIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE VALOR DE LAS TELECOMUNICACIONES



Por qué es importante...

La conectividad y el acceso a Internet están demostrando ser un facilitador clave para abordar el reto de la inclusión digital y para impulsar el desarrollo económico y social **de las comunidades más desfavorecidas**. En América Latina, gracias a la adopción de internet y principalmente, a la banda ancha móvil; estamos reduciendo una de las principales barreras para abordar la inclusión digital llevando infraestructura y conectividad a los grupos desatendidos de las poblaciones rurales.

La inclusión digital brinda oportunidades a distintos niveles:

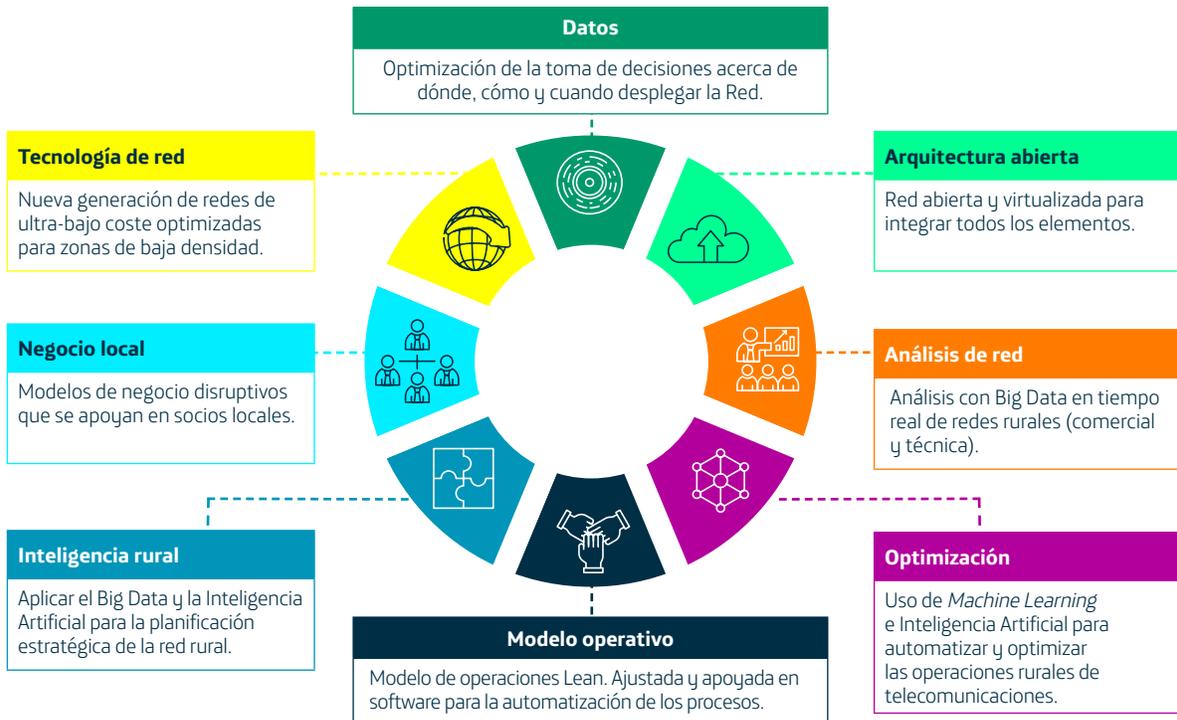
- » Redefinición de los modelos de negocio.
- » Acceso a la educación.
- » Inclusión financiera.

- » Nuevos modelos de sistemas sanitarios.
- » Creación de nuevos tipos de empleo.
- » Impulso del crecimiento económico.

Siendo todas estas oportunidades clave para mantener los niveles de crecimiento de países en vías de desarrollo.

No obstante, Internet para Todos **no sólo impacta en la sociedad; sino que constituye una oportunidad de crecimiento económico para Telefónica**. El programa ofrece la posibilidad de evaluar nuevos modelos de negocio y tecnologías de conectividad en geografías que no se habían explorado hasta la fecha incrementando nuestra base de clientes en nuevos mercados.

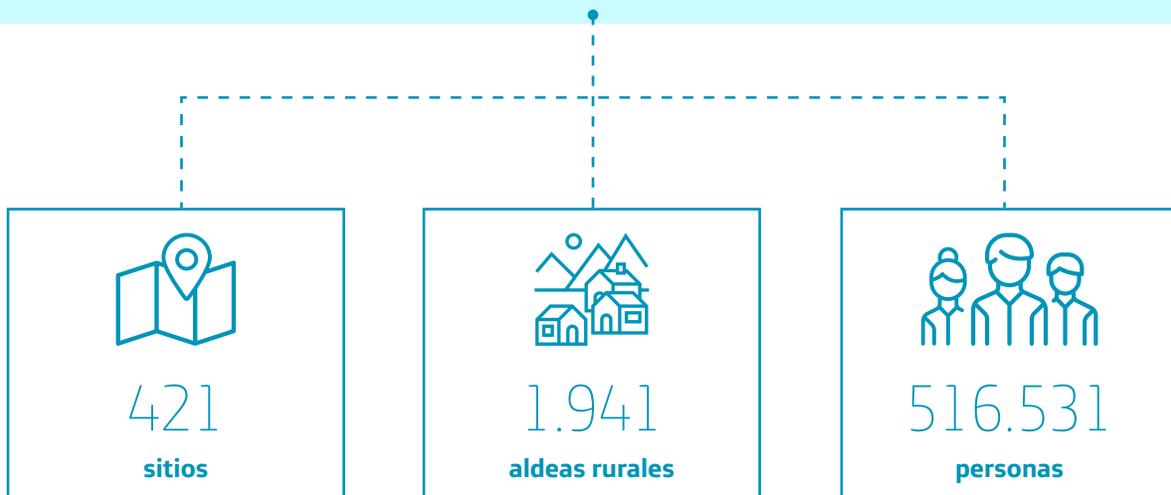
ESTAMOS CONSTRUYENDO UN CONJUNTO DE HERRAMIENTAS, PROCESOS, TECNOLOGÍAS Y MODELOS DE NEGOCIO QUE HACEN POSIBLE UN ACERCAMIENTO AL MUNDO RURAL DE UNA FORMA SOSTENIBLE Y ESCALABLE



Qué hemos conseguido ya...

Durante 2017 y 2018 hemos incubado este modelo de conectividad rural en **Perú**; logrando llevar el acceso a Internet a parte de la población que vive en zonas remotas del país.

Cobertura del proyecto hasta ahora:





1.11. CASE STUDY FLAGSHIP

Transformación de la red fija en España: de cobre a fibra

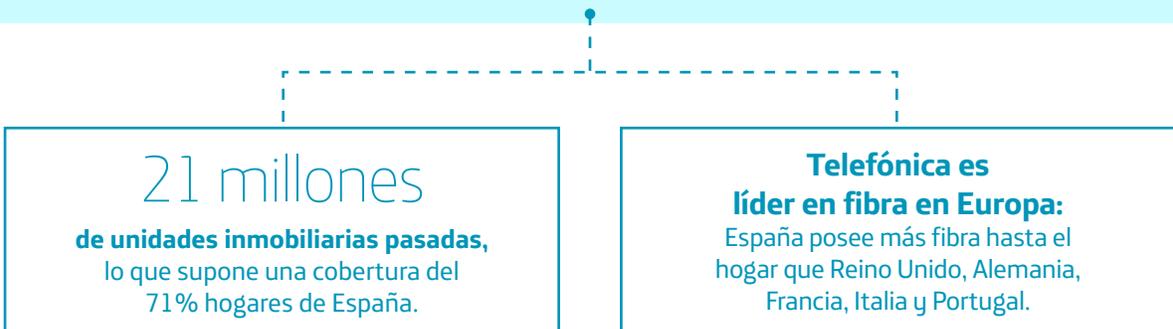


En qué consiste...

En **sustituir por completo la red fija de Telefónica España, basada en cobre, por una de fibra óptica hasta el hogar (FTTH)⁽¹⁾**, lo que conlleva los siguientes procesos:

 <p>Despliegue de fibra óptica.</p>	 <p>Migración de los clientes entre tecnologías.</p>	 <p>Apagado de la red de cobre.</p>	 <p>Compactación de la red y cierre de centrales.</p>	 <p>Desmantelamiento de la red de cobre y reciclado de sus componentes.</p>
--	---	--	---	--

Gracias a la fibra **óptica, Telefónica cuenta con una red más preparada para el futuro, adaptada a las demandas del 5G**, la virtualización y servicios como *Cloud / Edge Computing, Big Data o Analytics*.



(1) Sujeto a la consecución de ayudas públicas para la extensión de la cobertura de banda ancha



Qué objetivos tenemos...

En línea con nuestros objetivos globales, este proyecto de transformación busca conseguir la máxima eficiencia, de negocio y medioambiental, en el despliegue y mantenimiento de nuestra red. Para ello nos hemos marcado los siguientes retos:

- » Tener el 100% de los clientes minoristas en fibra antes de 2025.
- » Reducir el consumo energético⁽²⁾ a través de:
 - 1) apagado del cobre y de los sistemas que lo soportan: cierre de 700 centrales en 2020.
 - 2) eficiencias en gestión y transmisión de grandes volúmenes de datos".

(2) Este año hemos conseguido reducir el consumo energético por Petabyte, de nuestras redes un 64% comparado con 2015.

Por qué es importante...

La fibra es mucho más eficiente que el cobre, jugando un papel clave en una conectividad sostenible. Concretamente, esta iniciativa supone:



1 Mayor **simplificación y eficiencia ambiental** en la operación de nuestro negocio:

- » **Simplificación procesos:** Los procesos de provisión y mantenimiento estarían en una única red de acceso.
- » **Ahorro de espacio:** La fibra tiene una sección 10 veces menor y 100 veces más capacidad. Un mazo de cobre de 2.400 pares da servicio a 2.400 Clientes. Un cable de fibra de 256 fibras da servicio a 16.384 Clientes.
- » **Calidad de la red y reducción de recursos de mantenimiento y soporte:** En fibra se producen la mitad de averías que en cobre, se reduce el número de desplazamientos, la necesidad de repuesto y logística.
- » **Cierre de centrales:** La conexión por fibra óptica tiene 4 veces más alcance en distancia que la conexión por cobre lo que nos permitirá ir apagando centrales progresivamente.
- » **Ahorro energético:** El acceso por fibra por usuario consume entre 7 y 20 veces menos energía (>85% eficiencia) que el acceso por cobre (dependiendo de la ocupación de los equipos).
- » **Economía circular:** El cierre de la red de cobre permite el reciclaje de los equipos de las centrales y la recuperación de los cables para la obtención de materias primas secundarias: metales, tierras raras, etc.



2

Un **nuevo modelo de relación** entre clientes y servicios basado en autoinstalación /autoprovisión, flexibilidad e inmediatez.



3

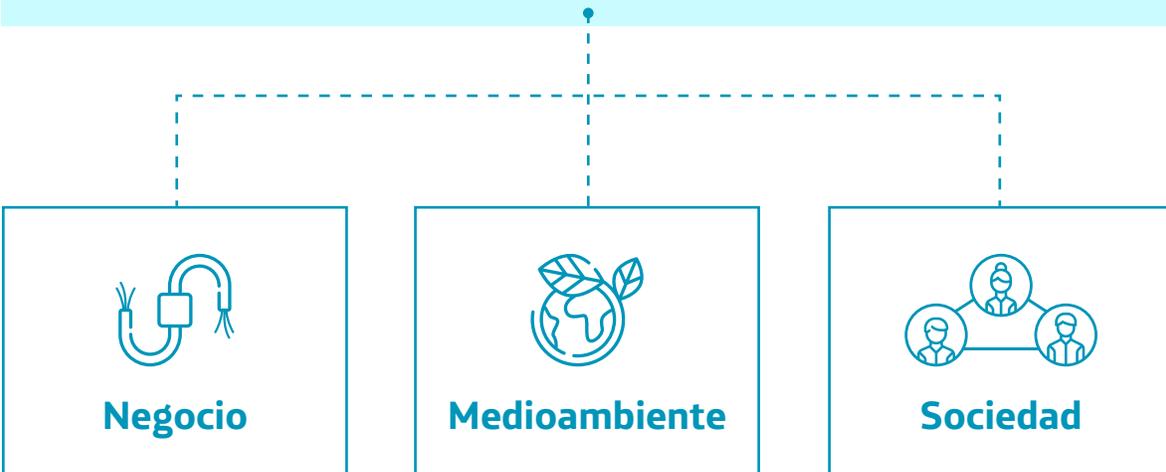
Un impacto social y económico en personas, empresas y territorios.

Facilitando la educación digital, el emprendimiento, nuevos modelos de negocio y de relación, mayor capacidad de conciliación familiar y laboral, mejor acceso a servicios de salud o la fijación de población en zonas rurales.



Qué hemos conseguido ya...

En el periodo 2015-2018 hemos logrado importantes impactos en:



» **España dispone de la mayor red de fibra hasta el hogar de Europa** (superior al que tienen, actualmente, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Portugal), con cerca de 4 millones de clientes conectados y 21 millones de unidades inmobiliarias pasadas.

- » 208 GWh energía ahorrada en el periodo.
- » 56.500 tCO₂ evitadas, equivalente al carbono capturado por más de 900.000 árboles.
- » 300.000 elementos apagados.
- » 255 centrales cerradas.

» Diferentes estudios indican que comunidades con banda ancha con altas velocidades cuentan con PIB más alto que otras que no disponen de este tipo de conexión, del orden de un incremento del 1,1% del PIB⁽¹⁾.

(1) Fuente:(2011). Broadband Consumer Research. Sosa, D. (2015). Early Evidence Suggests Gigabit Broadband Drives GDP.



bienestar digital

2



Responsabilidad y bienestar digital

Estado de información no financiera

- » 2.1. Un entorno digital seguro para nuestros clientes
- » 2.2. Digitalización y medioambiente
- » 2.3. Implicados en el bienestar social
- » 2.4. Nuestro equipo marca la diferencia
- » 2.5. Los proveedores, nuestros aliados
- » 2.6. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio
- » **2.7. CASE STUDY FLAGSHIP: Internet de las Cosas: clave para la eficiencia energética**
- » **2.8. CASE STUDY FLAGSHIP: Blockchain en la cadena de suministro**
- » 2.9. Anexo

Introducción

Telefónica está comprometida con la creación de valor a largo plazo asentando las bases de futuro de nuestro mundo y adoptando modelos económicos más sostenibles e inclusivos.

Creemos en un mundo sostenible, en el sentido más amplio: socialmente justo, medioambientalmente seguro, económicamente próspero, inclusivo y más predecible. Con esto, queremos decir:

- » Crear valor a largo plazo para nuestros stakeholders mediante el desarrollo de productos digitales innovadores y competitivos orientados a llenar necesidades no satisfechas de nuestros clientes.
- » Hacer negocio de manera responsable financiera, medioambiental y socialmente.
- » Anticipar, adaptar y crear nuevas oportunidades de negocio a partir de cambios en nuestro entorno de negocio.

Realizamos grandes inversiones en los países en los que operamos para promover y fomentar una economía basada en lo digital que incremente el bienestar de la humanidad. Nuestras redes son la base y el corazón de la economía digital. Permiten

crear, captar, crecer, habilitar, amar, jugar, divertirse, entender, aprender, invertir y hacer Bien a nuestra sociedad. Con una estrategia basada en valor que promueve la transparencia y la integridad en la relación con todos nuestros grupos de interés.

Este capítulo desarrolla cómo lo hacemos, centrándose en los aspectos clave que impulsan nuestro negocio.

 Más información, en el capítulo "1.8. Aspectos materiales de nuestra actividad".

- » Confianza digital, construida alrededor de la privacidad, la seguridad, la Inteligencia Artificial y el uso responsable de la tecnología.
- » El uso eficiente del medioambiente y los recursos naturales.
- » El desarrollo y bienestar de las comunidades en las que trabajamos.
- » Nuestro equipo humano, incluyendo tanto la plantilla como la red de proveedores.





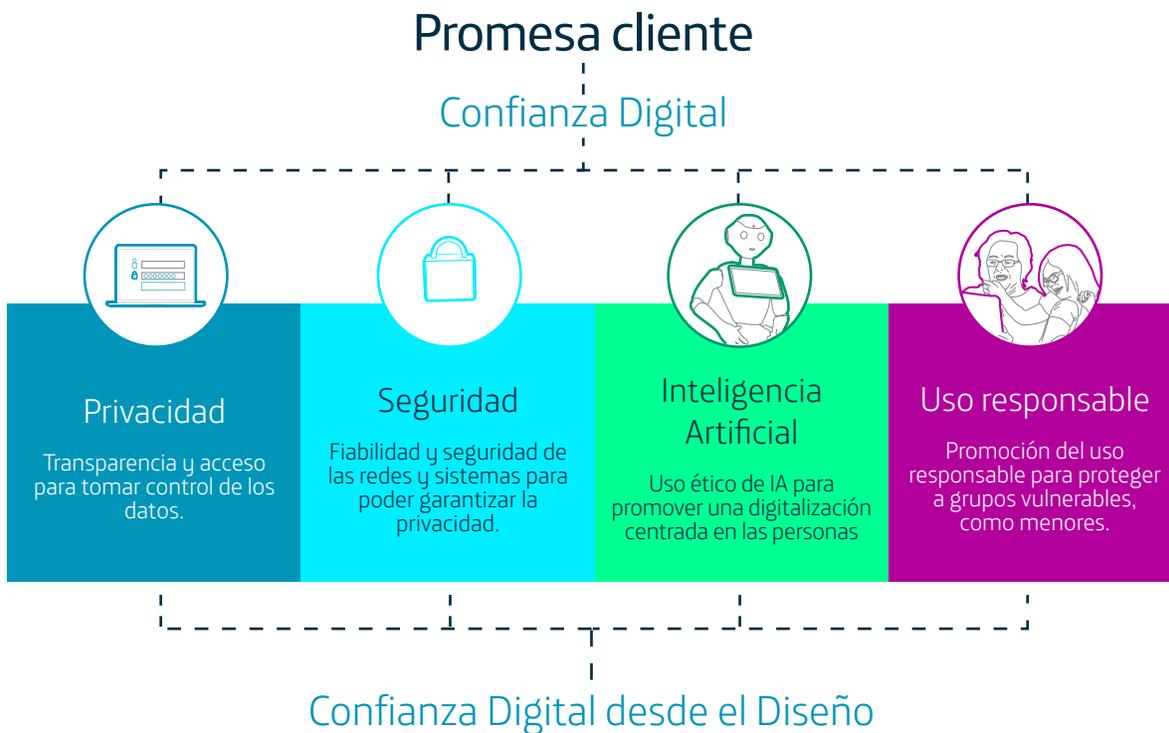
2.1. Un entorno digital seguro para nuestros clientes

2.1.1. Estrategia: generar confianza

Contar con la confianza de los clientes es la razón de ser de la [Promesa Cliente de Telefónica](#) y cobra todavía más relevancia en un entorno digital interconectado y en constante cambio. Queremos que los clientes se sientan seguros usando nuestros productos y servicios; que no se preocupen ni por la privacidad ni

por la seguridad de sus datos y que sean conscientes de que respetamos en todo momento sus derechos, ofreciéndoles opciones en relación con el uso de su información personal. En pocas palabras, queremos que sean nuestros clientes quienes tengan el control de su experiencia digital.

Para generar esta confianza, hemos definido una estrategia basada en cuatro ejes que conforman nuestro compromiso frente al cliente:



103
416-1
418-1

➕ Más información, en la sección de nuestra web "Satisfacción del cliente".



En cada uno de estos pilares, contamos con unas políticas y procesos que no sólo aseguran el cumplimiento de una regulación creciente, sino que aumentan la transparencia sobre cómo gestionamos la privacidad y seguridad de los datos y cómo usamos la Inteligencia Artificial. Creemos además en el concepto de "confianza digital desde el diseño" incorporando dichas políticas al proceso de diseño, desarrollo y gestión de nuestros productos y servicios.

Además, conscientes del impacto que las nuevas tecnologías y desarrollos basados en la Inteligencia Artificial tienen en la privacidad y la libertad de expresión de las personas, lo hemos incorporado en el proceso de debida diligencia detallado en la [sección de derechos humanos](#). Fruto de este trabajo se han considerado diferentes líneas de acción en cada uno de los pilares que ayudan a prevenir y/o mitigar los impactos que podemos ocasionar debido a nuestra actividad y al contexto donde operamos y que desarrollamos en este capítulo.

De esta forma aseguramos que nuestros clientes estén informados en todo momento sobre:

- » Cómo y para qué se recogen, almacenan y emplean sus datos.
- » Que protegemos sus datos con un nivel de seguridad máximo.
- » Que nos comprometemos a usar la Inteligencia Artificial de manera ética.
- » Que promovemos el uso responsable de la tecnología, en especial cuando se trata de colectivos vulnerables como pueden ser menores.

El órgano responsable de todos los temas relacionados con la confianza digital es el Consejo de Administración, como se refleja en la sección de gobernanza de cada uno de los temas.

2.1.2 Respetamos el derecho a la privacidad

Establecemos un modelo de gestión con responsabilidades claras: Gobernanza



El máximo responsable de la función de protección de datos personales de la Compañía es el Delegado de Protección de Datos, quien reporta directamente al Consejo de Administración de Telefónica, S.A. a través de la Comisión de Auditoría y Control. Para asegurar el cumplimiento de esta función, se reúnen semestralmente las diferentes áreas corporativas en el Comité de Seguimiento del Modelo de Gobierno y los Delegados de Protección de Datos locales.

En Telefónica queremos que sean nuestros clientes quienes tengan el control de su experiencia digital.



Contamos, además con un *Chief Data Officer*, que forma parte del Comité Ejecutivo y participa en el Comité de Seguimiento, para definir y seguir la implantación de la estrategia de datos de la Compañía.

Definimos políticas y procesos

Impulsamos y revisamos diferentes políticas y procesos para fortalecer nuestro compromiso con el derecho a la privacidad de todas aquellas personas a cuyos datos tenemos acceso. Para cumplir con las expectativas de nuestros clientes, les involucramos activamente en el desarrollo de estas políticas y procesos, por ejemplo, a través de *focus groups* y pruebas piloto en diferentes canales.

» **Política Global de Privacidad:** En septiembre de 2018, actualizamos nuestra [Política Global de Privacidad](#) para construir una experiencia digital basada en la confianza. Esta política

garantiza a nuestros clientes el control sobre sus datos personales cuando son objeto de tratamiento por Telefónica. Establece unas normas de comportamiento común obligatorias para todas las entidades de la Compañía, sentando las bases para una cultura de privacidad basada en los principios de licitud, transparencia, compromiso con los derechos de los interesados, seguridad y limitación del plazo de conservación. Así, a la vez que damos respuesta al [Reglamento General de Protección de Datos](#), aplicable en Europa, incrementamos los estándares en este ámbito a las demás regiones donde damos servicio.

» Además, aprobamos el [Modelo de Gobierno de Protección de Datos](#) donde se establece el marco estratégico, organizativo y operativo y de gestión aplicable a las diferentes actuaciones en materia de protección de datos.

Política Global de Privacidad

Los Datos

Son necesarios para ofrecer cada día mejores servicios de comunicaciones. Además, dan a Telefónica la oportunidad de enriquecer la vida de los ciudadanos y de contribuir al desarrollo de las sociedades. Todo ello **respetando los derechos fundamentales y las libertades públicas.**



Así cuidamos los datos de carácter personal:

Con transparencia

- Les hacemos saber:**
- El tipo de información.
 - Por qué medios la recogemos.
 - Con qué finalidades la tratamos.
 - Durante cuánto tiempo la conservamos.



Con licitud

- Tratamos los datos personales:
- Para una **finalidad legítima.**
 - Mediando el consentimiento u otra base legitimadora.

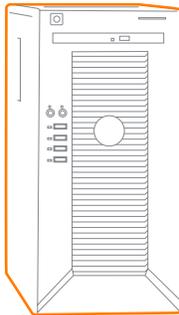
Con garantías

- Ofrecemos a las personas:
- **Herramientas y procedimientos claros y sencillos** para acceder a sus datos, rectificarlos, suprimirlos...
 - Canales para que puedan plantearnos consultas o reclamaciones.



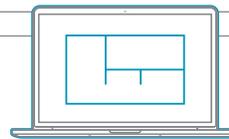
Con limitación

Conservamos los datos el tiempo que se justifica **teniendo en cuenta la ley.**



Con foco

- Cuidamos especialmente la privacidad en:
- **Diseño de productos y servicios.**
 - Cadena de suministro.
 - Protección de los menores.
 - Transferencia Internacional de Datos.



Con seguridad

Aplicamos las medidas necesarias para **garantizar la adecuada seguridad** de los datos personales.



Con el DPO

Delegado de Protección de Datos o Data Protection officer, **que reporta directamente al Consejo de Administración.**

 Todas nuestras actuaciones se basan en los Principios de Negocio Responsable de Telefónica.



» **Lo llevamos a la práctica, aumentando la transparencia y facilitando el diálogo:**

» **Centro de Privacidad Global:** En 2018 trabajamos para mejorar el [Centro de Privacidad Global](#), que es el punto de referencia público sobre nuestra política y procesos en materia de privacidad y seguridad. Ahí nuestros clientes, pueden encontrar toda la información relevante de forma fácil y comprensible. Ejemplo de ello es el [vídeo](#) que recoge los principales aspectos de la [Política Global de Privacidad](#).

» **Centros de Privacidad de las Operadoras:** Estos centros nos ayudan a extender e implementar a nivel local las políticas y procesos globales de privacidad. En 2018, ampliamos el número de centros locales, disponibles en las webs comerciales, cubriendo así 8 de los 17 países donde operamos: Alemania, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, España, Perú y Reino Unido.

» **Informe de Transparencia:** Hemos publicado el [tercer informe](#) sobre los requerimientos que recibimos de las autoridades en los 17 países donde operamos, sobre interceptación legal, acceso a metadatos, bloqueo y filtrado de contenidos y suspensión del servicio.

Para cualquier requerimiento seguimos un procedimiento estricto que garantiza, al mismo tiempo, el cumplimiento de nuestras obligaciones en materia de colaboración con dichas autoridades y la protección de los derechos fundamentales de los afectados, de acuerdo a lo recogido en nuestra [sección de respeto a los derechos humanos](#).

» **Personal Data Space de AURA, disponible en 2019:** Como parte del principio de transparencia, Telefónica pone a disposición de sus clientes el acceso a los datos que generan durante el uso

de nuestros servicios. A través del *Personal Data Space*, cada usuario podrá visualizar y descargar la información que ha sido procesada y grabada en 4ª Plataforma, siempre de acuerdo con la normativa aplicable desde el punto de vista de la privacidad. Por ejemplo, en Europa este tratamiento estará plenamente alineado con el Reglamento Europeo de Protección de Datos. Es importante señalar que dicha información será presentada de una forma clara para los clientes. Se trata de una muestra del compromiso de Telefónica a la hora de acercar el mundo de los datos a cada individuo y eliminar las barreras tecnológicas. El *Personal Data Space* estará disponible, a partir de 2019, a través de AURA para nuestros clientes a medida que se vayan desplegando las capacidades de 4ª Plataforma en los diferentes países.

» **Sistema de mediación voluntaria con AUTOCONTROL:** Operativo desde enero de 2018, para dar una respuesta ágil a las reclamaciones relacionadas con la suplantación de identidad y la recepción de publicidad no deseada. El procedimiento, desarrollado por la [Asociación para la AUTOregulación de la Comunicación Comercial \(AUTOCONTROL\)](#), en colaboración con la [Agencia Española de Protección de Datos \(AEPD\)](#), cuenta con la participación de Orange, Telefónica y Vodafone y está abierto a otras entidades. Esta información se puede encontrar en el [Centro de Privacidad de Movistar](#).

» **Canal de Negocio Responsable:** Contamos con un canal externo donde todos nuestros grupos de interés pueden consultar o denunciar sobre cualquier aspecto relacionado con los [Principios de Negocio Responsable](#). Durante 2018 se han tramitado, respondido o remediado, en su caso, 3 comunicaciones asociadas a Privacidad y Libertad de Expresión.

2.1.3. Creamos un entorno seguro

Con un modelo de gestión con responsabilidades claras: gobernanza



El máximo responsable de la función de seguridad de la Compañía es el Director Global de Seguridad e Inteligencia. Participa en el Comité Ejecutivo de Telefónica, S.A., en el **Comité de Seguridad Digital**, creado en 2018, y reporta al Consejo de Administración de Telefónica, S.A. a través de la Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales. A efectos de gobierno y coordinación, preside el **Comité Global de Seguridad** en el que participan los responsables corporativos del resto de áreas de negocio (*compliance*, auditoría, legal, tecnología y operaciones, recursos humanos, *Chief Data Office*, etc.), además de los directores de seguridad de los países. El Comité tiene delegada, por el Consejo, la autoridad y la responsabilidad de establecer la estrategia global de seguridad, así como liderar el marco normativo en esta materia que permiten, guiar y gobernar las iniciativas globales de seguridad. De igual modo, existen subcomités de seguridad locales y funcionales presididos por los Responsables de Seguridad, que colaboran en la definición de la estrategia global y las implantan en cada país.

Es de destacar la creación del **Consejo Asesor de Ciberseguridad** como una palanca esencial para apoyar la estrategia de seguridad integral y digital de la Compañía. El consejo está compuesto por expertos de reconocido prestigio en los ámbitos de la seguridad de la información, ciberseguridad y la tecnología.

Impulsamos y revisamos periódicamente políticas y procesos

Son necesarios para alcanzar un nivel de seguridad que garantice la protección adecuada de la información y de las tecnologías que la tratan, para que todos los clientes puedan usar nuestros servicios con confianza.

- » **Política Global de Seguridad:** Se rige por los estándares y regulaciones nacionales e internacionales en materia de seguridad física y lógica, y establece los principios rectores que resultan aplicables a todas las empresas que integran Telefónica. Su objetivo es la protección eficaz y eficiente de los activos de la empresa para facilitar la viabilidad del negocio, incluyendo a las personas, los activos físicos, las redes, las tecnologías, los emplazamientos, las aplicaciones y la información en sí misma. Como tal, la seguridad integral engloba la seguridad física, operativa (de personas y bienes), seguridad de la información, la ciberseguridad, la seguridad de las tecnologías de la información, la seguridad de la red, la continuidad del negocio, la prevención del fraude, así como cualquier otro ámbito o función relevante cuyo objetivo sea la protección corporativa frente a potenciales daños, sean cuales fueren, o eventuales pérdidas.

Esta política se desarrolla en la **Normativa Global de Seguridad** y en reglamentos asociados que establecen los controles y procesos necesarios para garantizar la seguridad en cada dominio concreto.

POLÍTICA GLOBAL DE SEGURIDAD



Líneas de actuación

El Comité Global de Seguridad revisa y aprueba anualmente el **Plan Estratégico Global de Seguridad** que se eleva al Comité de Dirección de la Compañía a través del Director Global de Seguridad. En 2018 el foco del plan ha sido la ejecución de las iniciativas estructurales en seguridad operativa y en seguridad digital.

Seguridad operativa

En este ámbito, la Compañía invierte un esfuerzo continuado en la mejora de sus capacidades de protección física de infraestructuras y activos.

- » **Continuidad de negocio:** Se garantiza, a través del establecimiento de capacidades y procedimientos operativos que dotan de mecanismos apropiados para garantizar el mínimo impacto y el mejor tiempo de respuesta para la vuelta a la normalidad. Por ello, se han creado grupos de continuidad de negocio en aquellas geografías que no disponían de ellos, se han homogeneizado los planes de continuidad de negocio locales y se están implantando nuevas herramientas que faciliten la recuperación de la continuidad y permitan tener una visión global de los riesgos asociados y su gestión.

Además, en aquellas geografías donde hay requerimientos de infraestructuras críticas se trabaja estrechamente con el regulador y resto de organismos públicos relevantes, para garantizar el cumplimiento de requisitos técnicos, operativos

y documentales necesarios para alcanzar los niveles exigidos.

- » **Gestión de crisis:** Parte del éxito de todos los controles de seguridad se basa en la efectividad de actuación en caso de incidencias que afecten de forma crítica cualquier activo, proceso o servicio, facilitando la coordinación, la comunicación y colaboración de todas las áreas implicadas hasta recuperar la normalidad operativa en el menor tiempo y con el menor impacto posible.



Más información, en la sección "1.6.1. PRIMERA PLATAFORMA: La red es la base de la conectividad" apartado "Sistema Global de Crisis".

Esa efectividad se ha validado de forma práctica durante 2018 mediante la ejecución de ejercicios locales, regionales y globales de gestión de crisis. Se han revisado, reforzado y probado diferentes procedimientos en simulacros internos y externos de diversos casos de crisis en los planos de la seguridad física y la seguridad digital, con la participación activa de todas las áreas de la Compañía y la involucración directa de los distintos niveles directivos.

» **Seguridad en la cadena de suministro:**

La seguridad integral de productos y servicios se apoya necesariamente en el robustecimiento de controles de seguridad en el ciclo completo de la cadena de suministro, específicamente en la seguridad de los proveedores. Para este fin, durante 2018 hemos reforzado el diseño de controles previos y posteriores de seguridad en las diferentes fases de adquisición y desarrollo de bienes y



servicios, trabajando de forma integrada con las áreas de seguridad, control financiero, compras, tecnología y operaciones para asegurar que proveedores y socios cumplen de forma exigente con los controles de seguridad requeridos por la normativa de Telefónica y cualquier otro requerimiento regulatorio y las mejores prácticas en la industria.

- ▶ La implantación de procedimientos y herramientas homogéneas y digitales para la monitorización global de la seguridad.

Seguridad digital

La seguridad digital se basa en la preservación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los servicios y datos de la Compañía durante todo el ciclo de vida de los mismos.

Además, se están implantando varios programas entre los que se incluyen:

- ▶ La interconexión de centros de supervisión y control de alarmas para convertirlos en una red resiliente que refuerce la disponibilidad de las infraestructuras que soportan los servicios de vigilancia y protección.
- ▶ La gestión de la seguridad en viajes de empleados de Telefónica que permite mejorar sustancialmente el tiempo de respuesta y los mecanismos de actuación ante cualquier incidente que pueda acaecer durante un viaje de trabajo.

Contamos con una definición esencial de procesos básicos de seguridad digital que refuerzan tanto los procesos operativos de negocio como las iniciativas de transformación, tal como fija la estrategia de seguridad. Este marco de procesos básicos es similar y compatible con el resto de marcos de referencia en la industria (NIST, ISO27000, ISMS, etc.)

En el gráfico siguiente se detallan dichos procesos básicos y cómo se integran en el ciclo de vida de la seguridad (Anticipación-Prevención-Detección-Respuesta) y apoyan los marcos de auditabilidad, cumplimiento y control financiero.

MARCO NORMATIVO Y POLÍTICAS DE SEGURIDAD



De estos procesos se determinan como claves, los relativos a la gestión de activos como base para todos los demás y el de gestión de riesgos como fundamento para la toma de decisiones enfocadas a la efectividad y la eficiencia de los programas estructurales de seguridad.

Adicionalmente trabajamos para facilitar la eficiencia de los controles, como el desarrollo de plataformas para identidad única en el Grupo, anticipación mediante mecanismos de vigilancia digital y análisis proactivo de vulnerabilidades o la gestión integral de incidentes de seguridad.

En la medida que es eficiente para procesos de relación con clientes y cumplimiento normativo, nuestro marco de controles de seguridad se formaliza en certificaciones oficiales como por ejemplo ISO27000 o PCI-DSS, y requerimos de nuestros proveedores de servicios TI que tengan sistemas de gestión de seguridad certificados o asimilables a los ISA3402 o similares.

» **Seguridad de Red:** Nuestro enfoque en Redes y Comunicaciones se basa en el adecuado conocimiento de nuestros activos y emplazamientos, sus características y su importancia para el negocio, de forma que las redes estén adecuadamente planificadas y ejecutadas, manteniendo siempre los requisitos de seguridad aplicables para minimizar el riesgo de indisponibilidad, acceso no autorizado o destrucción de éstas.

El papel de Telefónica como operador de telecomunicaciones hace imprescindible profundizar en los controles para la seguridad de las propias redes e infraestructuras de comunicaciones fijas y móviles, así como de las plataformas de servicios asociadas (p.e. vídeo, IoT). En ese sentido se aplican de forma integral los procesos de seguridad citados para gestionar los riesgos asociados a ataques y explotación de vulnerabilidades en redes y protocolos, con actividad relevante a nivel interno, con los principales socios tecnológicos y con organizaciones internacionales (p.e. GSMA) para reducir potenciales impactos. Ejemplos de esto son los trabajos sobre 4G/LTE, SS7, BGP y otras tecnologías habilitadoras críticas.

» **Ciberseguridad, gestión de vulnerabilidades y brechas:** Basándonos en la proactividad, aplicamos el conocimiento y la tecnología para

alcanzar los niveles de protección requeridos detectando rápidamente las infracciones o ataques en activo y construyendo las capacidades técnicas y humanas necesarias para responder con eficacia y celeridad ante cualquier brecha o incidente, con el fin de minimizar los ataques y las consecuencias de éstos.

Disponemos de un programa de recompensa por el descubrimiento de vulnerabilidades (*bug-bounty*) con empresas seleccionadas expertas en la ciberseguridad.

Contamos con una red de **Centros de Respuesta a Incidentes (CSIRT)**, a nivel global, que trabajan de forma coordinada para conocer y analizar los riesgos de las potenciales ciberamenazas; monitorizar las vulnerabilidades graves existentes en los activos tecnológicos más críticos; establecer las relaciones con otros CSIRTs/ CERTs nacionales e internacionales, tanto del sector público como privado; detectar los potenciales incidentes de seguridad que están afectando a nuestros activos tecnológicos y responder y gestionar los incidentes de seguridad que afectan a la organización.

Las lecciones aprendidas a partir de los incidentes identificados constituyen una parte fundamental de la realimentación hacia los proyectos de mejora de la seguridad, tanto en procesos como en capacidades y plataformas tecnológicas.

El Ciberejercicio de la Red CSIRT, como iniciativa realizada por el CSIRT Global, ofrece un entorno de evaluación, entrenamiento y formación especialmente diseñada para equipos de respuesta ante incidentes, actualmente cuenta con la participación de 14 equipos.

Cuando el impacto o las consecuencias de un incidente o vulnerabilidad amenaza, la continuidad de procesos o servicios críticos o nuestra reputación, entra en funcionamiento el Plan de Continuidad de Negocio respaldado por el Sistema Global de Gestión de Crisis.



Más información, en la sección "1.6.1. PRIMERA PLATAFORMA: La red es la base de la conectividad" apartado "Sistema Global de Crisis".

En el 2018, sólo 8 incidentes de ciberseguridad han tenido impacto, siendo éste mínimo gracias a los protocolos aplicados.

Además, tanto el [Centro de Privacidad Global](#) como los centros locales disponen de un [buzón público](#), a disposición de cualquier usuario, donde reportar cualquier vulnerabilidad o amenaza que pudiera afectar a la infraestructura tecnológica de Telefónica.

Durante el período 2015-2018 y hasta la fecha, la Compañía dispone de diversos programas de seguros, de forma que se mitigue el impacto en el balance derivado de la materialización de un gran número de riesgos. En particular, existe una **cobertura para "Ciberriesgos"** que ocasionen una pérdida de ingresos, pérdida de clientes, extra costes o gastos de recuperación de activos digitales, entre otros, y una cobertura de "Errores y Omisiones Tecnológicos" para el caso de reclamaciones por perjuicios ocasionados a clientes y terceros en general. Los límites actualmente contratados a nivel global son:

- ▶ Seguro Ciber Riesgos: 105 millones de euros.
- ▶ Seguro Errores y Omisiones Tecnológicos: 300 millones de euros.

» **Servicios de seguridad:** [ElevenPaths](#), la unidad global de ciberseguridad de Telefónica, es un actor relevante en el sector de la ciberseguridad tras más de 5 años ofreciendo innovación disruptiva para aportar confianza y privacidad a la vida digital. En 2018, la unidad de ciberseguridad de la Compañía superó los 500 millones de euros de facturación, gestionando la seguridad de 11 millones de clientes.

Hoy en día, estamos expuestos a sufrir ataques cada vez más frecuentes y sofisticados que ponen en peligro tanto los negocios y la privacidad como nuestra reputación y la confianza depositada en Telefónica. Por eso, necesitamos ser cada vez más receptivos a las medidas de ciberseguridad y redefinir nuestra estrategia hacia la [ciber-resiliencia](#). Con este objetivo, dedicamos toda nuestra experiencia y esfuerzo a la creación de productos innovadores en ciberseguridad con el fin de estar siempre un paso por delante de los atacantes que se han convertido en una amenaza creciente en nuestra vida digital.

Desde que se creara la marca ElevenPaths, hemos combinado el desarrollo de tecnologías innovadoras patentadas con las tecnologías de los

principales actores del mercado (*partners*) para proporcionar soluciones únicas.

Los servicios de ciberseguridad globales están diseñados para mejorar continuamente la eficacia de la infraestructura de seguridad. Por ello:

- ▶ Trabajamos para desarrollar nuevos servicios y capacidades de seguridad que ayuden a proteger los negocios y a las personas de las amenazas y vulnerabilidades, presentes en los entornos en los que operan.
- ▶ Colaboramos e intercambiamos información sobre amenazas en tiempo real con los principales organismos y entidades como la [Comisión Europea](#), [Cyber Threat Alliance \(CTA\)](#), [ECSO](#), [EuroPol](#), [Incibe](#) y la [OEA](#).
- ▶ Disponemos de 11 Centros de Operaciones de Seguridad (SOC) y un nuevo Centro Global Avanzado (Telefónica *Advanced Global SOC-TAGS*) con personal altamente cualificado que nos permiten afrontar las amenazas y problemas de seguridad con un enfoque global pero cerca de nuestros clientes.
- ▶ Invertimos en start-ups de ciberseguridad como [CounterCraft](#), [4iQ](#), [BlueLiv](#), [LogTrust](#), [IMBox](#) y [Alise Devices](#).

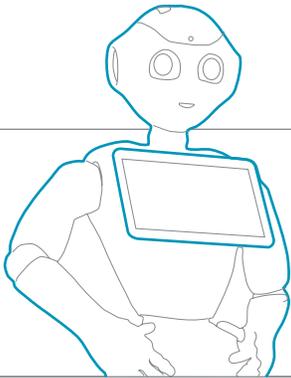
Gracias a estas colaboraciones, alianzas y a nuestra propia experiencia, la unidad global de ciberseguridad de Telefónica cuenta con un portfolio de soluciones de seguridad integral para el mundo de internet de las cosas (IoT), identidad y privacidad, antifraude, ciberseguridad industrial, movilidad segura, exposición digital, gestión del riesgo y cumplimiento normativo.

2.1.4. Inteligencia artificial al servicio de las personas

Nuestra estrategia se recoge en los [Principios de Inteligencia Artificial](#) aprobados por el Comité Ejecutivo en octubre de 2018.

En los principios nos comprometemos a diseñar, desarrollar y usar la Inteligencia Artificial de: manera justa, transparente y explicable, con las personas como prioridad, con privacidad y seguridad desde el diseño y con socios y terceras partes.

Nuestros principios de Inteligencia Artificial



El **Big Data** y la **Inteligencia Artificial (IA)** nos permiten transformar los negocios, la vida de las personas y la sociedad.

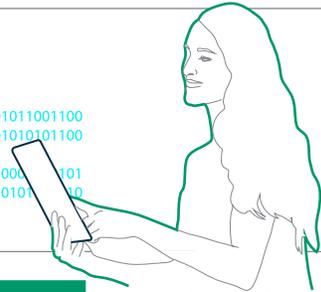
Con estos avances queremos **mejorar como compañía** al mismo tiempo que hacemos del mundo un lugar mejor para todos. Para ello, nos comprometemos a diseñar, desarrollar y usar una IA:

Justa

Nos aseguramos de que **las aplicaciones no conducen a resultados con sesgos e impactos discriminatorios e injustos.**

Garantizamos que **no hay elementos discriminatorios** cuando la IA aprende y los algoritmos deciden.

```
0101010110011000110010101011001100
0110010101011001100011001010101100
1100011001010101
1001100011001010101100110001101
0101100110001100101001010101100
001100101010110011
```



Transparente y explicable

Damos a conocer a los usuarios **los datos que usamos y su propósito.**

Tomamos las medidas suficientes para garantizar la comprensión de sus decisiones.

Comunicamos a los usuarios que están interactuando con un sistema de IA.



Con las personas como prioridad

Nos aseguramos de que la **IA respeta siempre los derechos humanos.**

Estamos **comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.**

Contribuimos a **evitar usos inadecuados** de la tecnología.



Con privacidad y seguridad desde el diseño

Al construir sistemas de Inteligencia Artificial **cuidamos especialmente la seguridad de la información.**

Respetamos el derecho a la privacidad de las personas y sus datos.

Con socios y terceras partes

Confirmamos la veracidad de la lógica y los datos utilizados por los proveedores.



Más información, en la sección de nuestra web "Principios de Inteligencia Artificial".

Las áreas involucradas en el desarrollo y en la implementación de los principios son los ya mencionados, el *Chief Data Officer* y el Delegado de Protección de Datos, así como el Director Global de Transformación Digital, el Director General de Regulación, el Director de Comunicación, Marca, Asuntos Públicos y Sostenibilidad y Secretaría General.

Tras la publicación de los Principios de Inteligencia Artificial se creó un grupo interno compuesto por las mencionadas áreas para gestionar la implementación de los Principios durante el 2019. Este plan de trabajo incluye acciones de formación, sensibilización interna, así como el desarrollo de un proceso de confianza digital por diseño.

 Más información, en la sección "2.6.3. Respeto a los Derechos Humanos".



2.1.5. Uso responsable de la tecnología

Nuestro compromiso

La Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. es la responsable de impulsar el desarrollo del Plan Global de Negocio Responsable, que incluye el uso responsable de la tecnología, sobre todo por parte de grupos vulnerables como son los menores.

Tenemos un compromiso firme con este colectivo reflejo del mismo, la protección de los menores se encuentra recogido en los Principios de Negocio Responsable y en diferentes políticas corporativas como por ejemplo en la Política de Diversidad, la Política de Comunicación Responsable o la Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro.

Nuestra estrategia

La vida de nuestros hijos ya es una vida digital. En el momento en el que seamos capaces de asumir esto, seremos capaces de integrar y adaptar las pautas educativas de siempre a un ecosistema en el que lo analógico ha perdido la hegemonía. No se trata de inventar nada nuevo, sino de seguir educando en valores, de acompañarles y de dar ejemplo, de generar espacios de diálogo y de ir descubriendo de manera conjunta las ventajas y desventajas derivadas del uso que hacemos de la tecnología. De aprender que hay momentos para conectarse a la Red y momentos para conectar con los demás.

Estamos convencidos de que son las personas las que dan sentido a la tecnología y por eso definimos una estrategia global basada en el uso responsable e inteligente de Internet y de los dispositivos, en todos los ámbitos de nuestra vida y protegiendo a los colectivos más vulnerables.

Precisamente por esto, y porque en Telefónica estamos convencidos de que son las personas las que dan sentido a la tecnología, hemos definido una estrategia global basada en la promoción del uso responsable e inteligente de Internet y de los dispositivos conectados en todos los ámbitos de nuestra vida, pero haciendo especial hincapié en la protección de los colectivos más vulnerables.

Nuestro compromiso y estrategia con la protección al menor en la Red y la promoción del uso responsable de la tecnología, se materializa en **6 líneas de trabajo**:

a) Alianzas con grupos de interés: Velar por una Red más segura es una tarea que no podemos abordar en solitario. En Telefónica, trabajamos de manera conjunta con aliados sectoriales y de la sociedad civil con el objetivo de que niños y jóvenes sean conscientes de que Internet es una ventana abierta llena de oportunidades, pero que es importante también saber que existen riesgos que hay que aprender a gestionar.

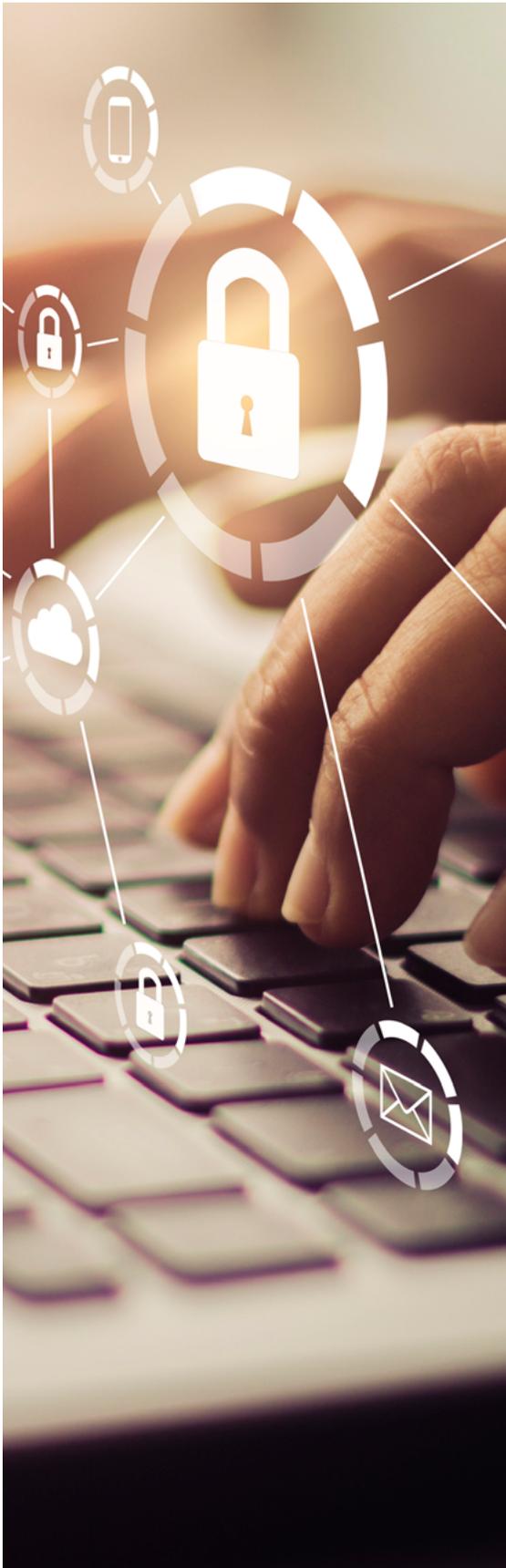
En este sentido, podemos destacar nuestra colaboración con:

- ▶ Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, así como el apoyo a las diferentes líneas de denuncia nacionales ([Equipo Niños](#), [ASI](#), [Safernet](#), [Te Protejo](#), [Centre for Child Protection on the Internet](#), [Alerta Amber...](#)).
- ▶ ONGs, asociaciones nacionales ([Pantallas Amigas](#), [Safernet](#), [UNICEF](#), [Faro Digital](#), [NSPCC](#), [RedPapaz](#), [Argentina Cibersegura](#), [Nativo Digital](#), [Brave Up](#), [Fundación Ideas para la Infancia](#), [Comisión Unidos vs la Trata](#), [Puntos México Conectado...](#)).
- ▶ Acciones con grupos de interés clave en la protección al menor online ([Inhope](#), [Insafe](#), [ANATEL](#), [CONNA](#), [UNODC](#), Red de Aliados por la Niñez, [Zentrum für Kinderschutz im Internet](#), [INAI](#), [ITAIPIUE](#), [Red Contra la Pornografía Infantil](#), [Capital Humano Social CHS](#), Gobiernos, etc.).

Asimismo, Telefónica participa en las siguientes alianzas con el objetivo de promover a nivel global el intercambio de buenas prácticas y el impulso de acciones concretas alrededor del buen uso de Internet:

- ▶ Alianza con la [GSMA](#) para la lucha contra los contenidos de abusos sexuales a menores.





- › [ICT Coalition.](#)
- › [Alianza para proteger mejor a los menores online.](#)

A nivel local, también participamos en numerosos grupos de trabajo que fomentan el uso responsable e inteligente de la tecnología entre los más jóvenes.

b) Bloqueo de contenidos: En la lucha proactiva contra los contenidos de imágenes de abusos sexuales a menores en la Red, Telefónica procede al bloqueo de estos materiales siguiendo las pautas y las listas proporcionadas por la [Internet Watch Foundation](#) en los siguientes países: Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Nicaragua, México, Panamá, Perú, Reino unido , Uruguay y Venezuela. Telefónica Colombia, hace lo propio a través de [MINTIC](#) y la [DIJIN](#).

c) Entorno audiovisual: La forma de consumir televisión ha cambiado, sin embargo, no es ajeno a nadie que tanto niños como adolescentes hacen cada vez un uso más intensivo de los contenidos audiovisuales. Las pantallas, además, constituyen una parte fundamental en su desarrollo personal, social y cívico, razón por la que desde **Movistar + creemos fundamental:**

- › Asegurar que nuestra programación proteja a la infancia ante contenidos potencialmente inadecuados.
- › Establecer las herramientas necesarias para hacer un buen uso de la televisión, garantizando que los padres dispongan de medios técnicos eficaces que les permitan ejercer su responsabilidad sobre los contenidos televisivos que ven sus hijos.
- › Fomentar la alfabetización digital entre los menores y sus familias para aprovechando el potencial de los medios audiovisuales, porque las hacemos conscientes de la necesidad de un consumo y ocio responsable e inteligente.

Por ello contamos con las siguientes iniciativas en nuestras operaciones:

- › Etiquetado de contenidos por edad o por tipo de contenido.
- › Controles parentales, Pin parental y Pin de compra en el dispositivo, que permiten al cliente

la posibilidad de bloquear canales y contenidos bajo demanda para menores.

- ▶ El contenido específico para adultos se presenta en una sección separada de los demás contenidos y es necesario introducir un pin especial para poder acceder a ella.
- ▶ Información sobre uso responsable de la TV o sobre los contenidos audiovisuales en la propia televisión y en la web comercial.
- ▶ Actividades de sensibilización sobre el uso responsable de las pantallas.
- ▶ [Aplicación Movistar Junior](#): App infantil para Smartphone y Tablet (iOS y Android) con la que los más pequeños podrán disfrutar del contenido para niños de Movistar+ en un entorno seguro y protegido. Algunas de las funcionalidades de la aplicación: zona de niños (0-12 años) con canales de TV en directo, series infantiles bajo demanda, vídeos de actividades y musicales; y zona de padres, desde la que las familias podrán realizar las acciones de configuración que deseen: PIN parental, definición del rango de edad para el que estarán disponibles los contenidos (hasta 4 años, de 5 a 7 años y/o de 8 a 12 años), idioma de los contenidos, tiempos de consumo y/o franja horaria de uso.

d) Productos y servicios: Aunque realmente pensamos que nada podrá sustituir a la labor mediadora y educativa de un adulto en el uso responsable de la tecnología, cuando esto no es posible, siempre tendremos el apoyo de la tecnología. Para ello, apostamos por la promoción y el desarrollo de productos y servicios que sensibilicen sobre el uso responsable y seguro de la Red y de los dispositivos conectados:

- ▶ Controles parentales: [Movistar Protege](#) (España), [Vivo Filhos Online](#) (Brasil), [Qustodio](#) (Reino Unido).
- ▶ Soluciones de seguridad con funcionalidad de control parental: Escudo Movistar ([Argentina](#), [Colombia](#), [Perú](#), [Uruguay](#)), Seguridad Multidispositivo ([Argentina](#), [Chile](#)), Seguridad Total de McAfee ([Argentina](#), [Chile](#), [Perú](#)) y Centro de Seguridad de McAfee ([Colombia](#)).
- ▶ Otros servicios (antivirus, packs personalizados): [Conexión Segura](#) (España y Argentina), [Smart WiFi](#), [O2 Protect](#) (Alemania), [Vivo Família](#)

[Online](#) (Brasil), [Localizador Familiar](#) (Argentina), [Seguridad Dispositivo](#) (España).

e) Trabajo conjunto con nuestros proveedores:

- ▶ Evaluamos junto a nuestros proveedores la implantación de los parámetros básicos de protección al menor, especialmente en el ámbito de la seguridad, desde el diseño de terminales a sistemas operativos.
- ▶ Solicitamos tanto a fabricantes de dispositivos, como proveedores de sistemas operativos, la inclusión de mecanismos de protección al menor (control parental, restricción por edades, sistemas de aprobación para la instalación de aplicaciones, sistemas de protección ante compras...); así como que ofrezcan actualizaciones de seguridad con regularidad para proteger a nuestros clientes frente a los nuevos riesgos y amenazas que aparecen constantemente y que ponen en peligro los datos y la privacidad de los usuarios.

f) Iniciativas de educación y sensibilización:

Hablamos continuamente del reto que supone hoy en día estar al corriente de cada desarrollo tecnológico que aparece en el mercado, no por el simple hecho de conocer las versiones más modernas de *gadgets*, o de lo último en robótica e Inteligencia Artificial, sino porque cada avance nos pone a todos, grandes y pequeños, delante de un nuevo reto educativo que debemos saber aprovechar.

Telefónica, consciente de esta realidad, apuesta por el desarrollo de iniciativas formativas y de sensibilización para todos los públicos que faciliten la convivencia en una sociedad cada vez más digital:

El portal [Dialogando](#) es una muestra de ello. La iniciativa, implantada en 15 países de la Compañía, ayuda a la sociedad a reflexionar sobre el uso que hacemos de la tecnología en nuestro día a día gracias a los recursos que elabora un comité de expertos en diferentes materias relacionadas con la vida digital.

Se han llevado a cabo 31 iniciativas de concienciación en las siguientes temáticas: *grooming*, ciberacoso, brecha digital, cibercontrol, tolerancia en Internet, conexión con sentido, violencia digital, conducción responsable, algunos



ejemplos de fraude online, privacidad, identidad digital, *eSports*... con un total de 84,9 millones personas impactadas.

2.1.6. Control interno

Para atender las disposiciones legales de cada país, relacionadas con la Política de Privacidad de Datos, en el **Plan Anual de Auditoría de 2018**, se realizan proyectos específicos para verificar su cumplimiento, así como la identificación de las mejores prácticas en temas de protección de datos. En 2018 dimos continuidad a las revisiones de protección de datos de carácter personal, ejecutando un total de 13 auditorías internas en esta materia en la compañía.

Los aspectos más importantes revisados han sido: aplicación de las medidas de seguridad en el tratamiento de los datos personales; control de acceso lógico a los mismos; asegurar la integridad y calidad de la información; consentimiento para el tratamiento de los datos y posibilidad de que los usuarios puedan ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de la información relacionada con ellos.

Dentro del **Plan Anual de Auditoría Interna** se han potenciado todos los aspectos relativos a ciberseguridad y seguridad en Redes y Sistemas, como base fundamental para proteger el acceso y la integridad de dichos elementos, verificando

que la seguridad de acceso lógico es la adecuada. Estos trabajos técnicos, altamente especializados, analizan de forma integral la seguridad lógica de redes y sistemas de tecnología de la información, riesgos y vulnerabilidades de ciberseguridad, gestión de incidentes, así como la revisión de controles de seguridad perimetral. En relación a esta área, durante el año 2018 se han llevado a cabo un total de 108 auditorías que dan cobertura a las materias anteriormente mencionadas. Estos trabajos han tenido como uno de los objetivos de control principales, verificar que la Normativa de Seguridad del Grupo, principalmente en lo relacionado con el control de acceso lógico, operación y protección de datos, ha sido convenientemente implementada en los activos de Red y Sistemas auditados.

Las auditorías de ciberseguridad y seguridad han sido realizadas principalmente en activos críticos a Telefónica como son los entornos *FullStack*.

Es importante destacar que, en relación a diversas alertas emitidas por la SEC en 2018, se ha estado trabajando en revisar la implantación del modelo de gobierno de los riesgos e incidentes de ciberseguridad, así como el proceso de reporte de ciberincidentes a las diversas administraciones. También se ha revisado el entorno de control a nivel Compañía que se tiene sobre la ciberseguridad, a través de un cuestionario acordado con el auditor externo.

2.1.7. Formación y concienciación

Durante 2018, 84.354 asistentes completaron formación en materia de privacidad, protección de datos, seguridad y ciberseguridad.

Adicionalmente se están reforzando los programas de comunicación y concienciación en esta materia, utilizando diferentes canales para garantizar la llegada de los mensajes a todos los niveles y geografías de la empresa.

2.1.8. Relación con los grupos de interés

Telefónica participa activamente en distintas organizaciones y foros internacionales, la mayor parte de ellos de naturaleza *multipartita*. En 2018 se destaca:

- » [Internet Governance Forum](#): Nuestro director de Políticas e Internet es miembro del Grupo Consultivo (MAG por sus siglas en inglés) que estableció el Secretario General de las Naciones Unidas. Su principal objetivo es asesorar al Secretario General sobre el programa y el calendario de las reuniones del Foro. El MAG está compuesto por 55 miembros de los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, incluyendo representantes de las comunidades académica y técnica.
- » [Foro de Gobernanza de Internet en España](#): Con foco en el impacto social de la Inteligencia Artificial, *Blockchain*, Ciberseguridad, Democracia Digital y la capacitación de la sociedad.
- » [Global Network Initiative \(GNI\)](#): Participamos desde el 2017 en esta organización *multipartita* para avanzar en la protección y promoción de la libertad de expresión y la privacidad en la industria de las TIC. Para ello se acuerdan estrategias y posicionamientos conjuntos sobre la libertad de expresión y los derechos de privacidad. Durante este año se han organizado diversos eventos en los que hemos participado, entre ellos, un coloquio coorganizado con la UNESCO sobre cómo mejorar el ecosistema de la información y comunicación para proteger la integridad de las elecciones; y otros sobre cómo impacta la jurisdicción a los derechos humanos online
- y cómo ejercen los gobiernos su autoridad a través de las fronteras en la era de Internet.
- » [GSMA](#): En 2018 destacan las sesiones de trabajo para la elaboración de los Principios de Responsabilidad del Ecosistema Móvil y en la elaboración de la ["Digital Declaration"](#).
- » [Center for Information Policy Leadership](#): Grupo de reflexión sobre política de privacidad y seguridad que agrupa a líderes de la industria, autoridades reguladoras y responsables políticos en todo el mundo. Esta organización se ocupa ayudar a contextualizar y promover la política de privacidad y ciberseguridad a escala global.
- » [Consejo de Europa](#): Somos miembros del partenariado establecido en 2017 entre empresas digitales, operadoras, organizaciones sectoriales y el Consejo de Europa para la promoción de derechos digitales, durante el 2018 hemos participado como panelistas en diversos foros dedicados a la ciberseguridad.
- » [Cybersecurity Tech Accord](#): Telefónica es miembro fundador de esta iniciativa nacida del sector privado.
- » [París Peace Forum](#): hemos participado y suscrito el documento resultante de este foro anual que es impulsado por el Presidente francés Emmanuel Macron y organizado por una ONG fundada en 2018 por la Fundación *Körber*, la Fundación Mo Ibrahim, el *Institut Français des Relations Internationales*, el *Institut Moutaigne, Sciences Po* y el Ministerio francés de Asuntos Exteriores y Europeos.
- » [Internet Commission](#): iniciativa independiente para favorecer el desarrollo de un Internet más confiable y responsable. Con participación *multipartita*, pretende orientar la estrategia y el propósito de las organizaciones hacia una digitalización sostenible, centrada en las personas impulsando la prosperidad y la paz.
- » [Summit for Accountability & Internet Democracy - Shaping an Internet of Values -](#): Telefónica ha participado en el lanzamiento de la iniciativa en mayo de 2018 en la Haya, con el objetivo de fomentar un Internet de valores, democrático y sostenible para el beneficio de la sociedad.



2.1.9. Hitos y retos

HITOS 2018

- » Actualización de la Política Global de Privacidad.
- » Ampliación de los Centros de Privacidad locales (actualmente presentes en 8 países).
- » Constitución del Consejo Asesor de Seguridad y del Comité de Seguridad Digital de Telefonía.
- » Definición, implantación y consolidación del modelo y capacidades de gestión de crisis global-regional-local; ejercicios de simulación de crisis con la alta dirección y áreas involucradas para las diversas tipologías de crisis e incidentes de seguridad.
- » Publicación de los ["Principios de Inteligencia Artificial"](#).
- » Desarrollo de herramientas para fomentar un buen uso de los contenidos audiovisuales por parte de los menores.

RETOS 2019

- » Implantación de la Política Global de Privacidad en todos los países (2021).
- » Simplificación operativa en todas las operaciones de los procesos de seguridad y su ejecución para el cumplimiento normativo (foco en controles accionables para la gestión de accesos, actividad privilegiada y monitorización de seguridad).
- » Implantación del *Personal Data Space*.
- » Centros de Privacidad locales en el 100% de los países (2020).
- » Implantación completa de los controles de seguridad en el ciclo de vida de productos y servicios basada en la seguridad en la cadena de suministro.
- » Implementación de los Principios de Inteligencia Artificial en los procesos de la Compañía.
- » Cuatro campañas de sensibilización a través de la plataforma Dialogando y redes sociales en materia de uso responsable de la tecnología.
- » Estudio de riesgos y oportunidades de la tecnología en la infancia y adolescencia.

2.1.10. Principales indicadores

Indicadores claves en Confianza Digital en 2018

Nº de asistentes a cursos de formación en Privacidad/Protección de Datos y Seguridad/Ciberseguridad.	84.354
Nº de horas de formación en Privacidad/Protección de Datos y Seguridad/Ciberseguridad.	127.614
Nº de procedimientos abiertos por temas Privacidad/Protección de Datos.	28
Nº de multas por temas de Privacidad/Protección de Datos.	31
Cuantía de multas por temas de Privacidad/Protección de Datos.	1.034.408 €
Número de consultas/reclamaciones en temas de Privacidad en el Canal de Negocio Responsable.	3
Número de consultas/reclamaciones en temas de Libertad de Expresión en el Canal de Negocio Responsable.	0
Nº de auditorías internas en Privacidad/Protección de Datos y Seguridad/Ciberseguridad.	121
Número de auditorías externas en materia de Seguridad en Productos y Servicios ⁽¹⁾ .	10
Nº de incidentes/brechas de Seguridad/Ciberseguridad que han tenido impacto.	8
Nº de iniciativas de formación y concienciación en el uso responsable de la tecnología.	31

(1) Productos y Servicios auditados: Movistar Home, Aura, 4º Plataforma, Niji Home - Smart Wifi, Niji Network, Smart Digit, Smart Steps, Movistar Video, Novum Reino Unido, Smart M2M.





2.2. Digitalización y medioambiente

2.2.1. Nuestra estrategia y materialidad

Telefónica ambiciona un mundo donde la tecnología digital contribuya a proteger el planeta. Para ello, reducimos nuestra huella sobre el medioambiente, a la vez que impulsamos la digitalización como una herramienta clave para afrontar los principales retos ambientales. Cambio climático, residuos, agua, contaminación atmosférica, incendios o biodiversidad encuentran ya soluciones entre nuestros productos y servicios.

Esto es solo el principio, ya que las oportunidades de crecimiento en una economía verde son cada vez más relevantes. En un mundo digital hay más oportunidades para la ecoeficiencia y una economía descarbonizada y circular.

A finales de 2018 anunciamos el **Marco de Financiación Sostenible de Telefónica**, bajo el cual la Compañía emitió a principios de este año **el primer Bono Verde del sector**. El medioambiente se ha convertido en un eje estratégico de la empresa.

El Bono Verde, por importe de 1.000 millones de euros y a un plazo de cinco años, fue participado por más de 310 inversores. Los fondos obtenidos servirán para financiar proyectos destinados a incrementar la eficiencia energética de la Compañía gracias al proceso de transformación del cobre hacia la fibra óptica en España y podrán utilizarse, en cualquier caso, tanto para iniciativas ya existentes (con una antigüedad no superior a tres años) como para proyectos futuros.

La FTTH (Fibra hasta el hogar) es un 85% más eficiente energéticamente en el acceso del cliente que la red de cobre. Ha permitido ahorrar 208 GWh en los

tres últimos años, lo que supone evitar la emisión a la atmósfera de 56.500 toneladas de CO₂, equivalente al carbono capturado por más de 900.000 árboles. Además, el despliegue de fibra ha hecho posible que Telefónica cierre una central de cobre al día, reciclando todo el material como parte de su compromiso con la economía circular.

Contamos con una estrategia ambiental global y actuamos a diferentes niveles, siempre alineados con nuestra estrategia de negocio:

- » Gestión ambiental bajo ISO 14001:2015.
- » Ecoeficiencia interna.
- » Promoción de la economía circular.
- » Descarbonización de nuestra actividad.
- » Desarrollo de productos y servicios que ofrecen soluciones a problemas ambientales.
- » Medioambiente es un asunto transversal a toda la Compañía, que involucra tanto a áreas operativas y de gestión, como a áreas de negocio e innovación.

La estrategia ambiental es responsabilidad del Consejo de Administración, quien aprueba la **Política** y objetivos ambientales, en el marco de nuestro Plan Global de Negocio Responsable. Los objetivos ambientales más relevantes son parte de la retribución de los máximos responsables de las áreas de operaciones y sostenibilidad.

Telefónica cuenta con un equipo multidisciplinar a nivel global y en los diferentes países, encargados de llevar a cabo esta estrategia en los diferentes niveles de responsabilidad.



Estrategia ambiental

-Riesgos +Oportunidades = +Eficiencia +Ingresos = +Resiliencia

Reducimos nuestro impacto y facilitamos soluciones a los grandes retos ambientales a través de la digitalización.

Digitalización servicios *ecosmart*

Crecimiento de negocio

- Conectividad
- Cloud
- Big Data
- IoT

Responsabilidad

Cumplimiento

- Gestión de riesgos
- Gestión Ambiental ISO 14001
- Red responsable

Economía circular y descarbonizada

Excelencia operativa

- Energía renovable
- Agua
- Residuos
- Emisiones
- Adaptación al cambio climático



Más información, en la sección de nuestra web "Política Ambiental Global de Telefónica".

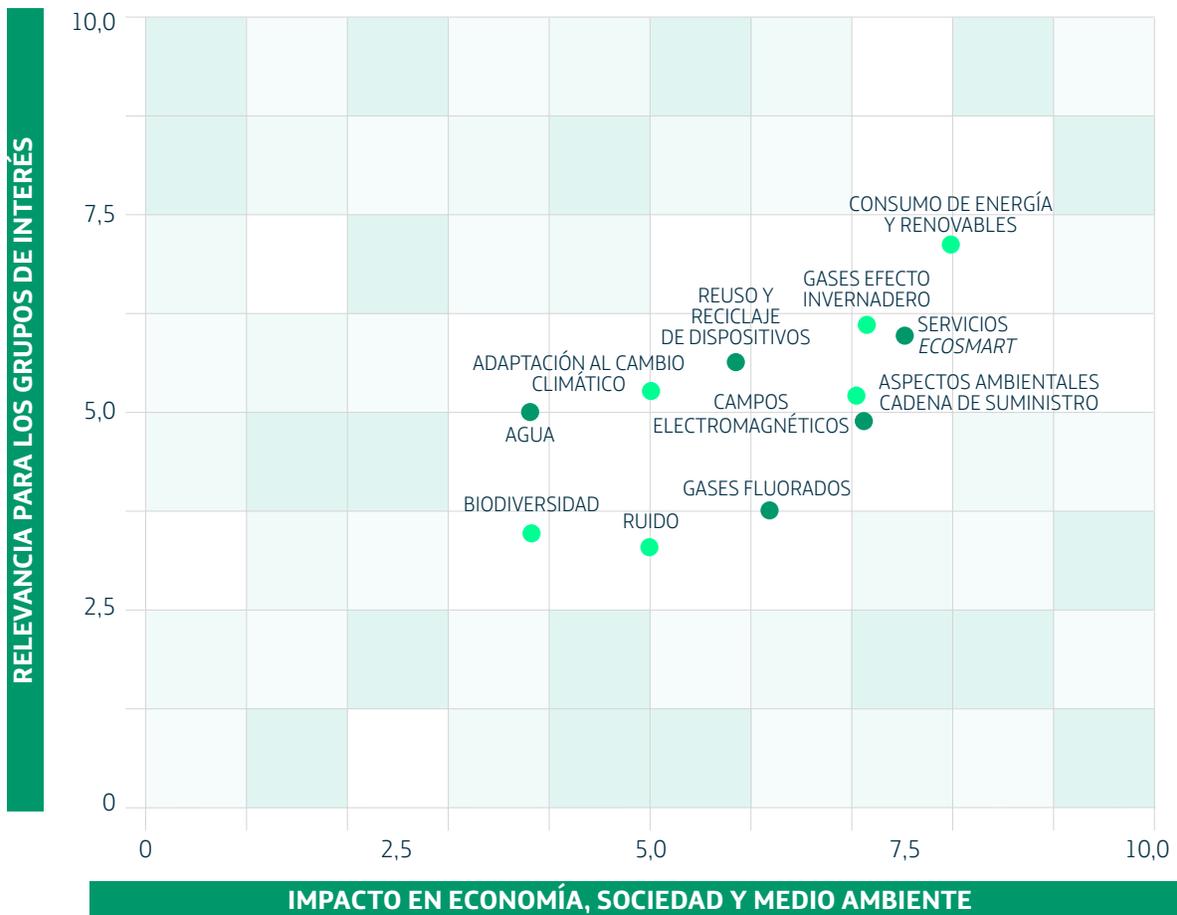
2.2.1.1. Materialidad

Analizamos cuáles son nuestros aspectos ambientales más relevantes, en base a la estrategia de negocio, el entorno regulatorio, el impacto y las demandas de nuestros grupos de interés. De esta forma, priorizamos nuestros esfuerzos hacia los aspectos más materiales: consumo energético

y energías renovables, los servicios *ecosmart*, el despliegue responsable de la red y las emisiones de gases de efecto invernadero.

Sin embargo, no descuidamos el resto de los aspectos ambientales y gestionamos todos ellos para reducir progresivamente nuestro impacto y aumentar la resiliencia.

MATRIZ DE MATERIALIDAD



Reducimos nuestro impacto y facilitamos soluciones a los grandes retos ambientales a través de la digitalización.

2.2.1.2. Riesgos de medioambiente y cambio climático

La actividad de Telefónica, como la de cualquier otra compañía, tiene un impacto en el medioambiente y se puede ver afectada por el cambio climático. Los riesgos ambientales y de cambio climático de la Compañía se controlan y gestionan bajo el modelo global de gestión de riesgos del Grupo Telefónica, conforme al principio de precaución.

Nuestros aspectos ambientales tienen su mayor foco de riesgo en la alta dispersión geográfica de las infraestructuras, lo que se controla a través de una gestión ambiental basada en procesos uniformes y certificados conforme a la norma ISO 14001.

En relación con las garantías y provisiones derivadas de riesgos medioambientales, durante el ejercicio 2018, la Compañía ha mantenido y mantiene, tanto a nivel local como a nivel global, varios programas de seguros con objeto de mitigar la posible materialización de algún incidente derivado de riesgos de responsabilidad medioambiental y/o de catástrofes naturales, que garanticen la continuidad de su actividad. Tenemos en vigor una cobertura de todo riesgo, daños materiales y lucro cesante, con objeto de cubrir las pérdidas materiales, daños en activos y pérdida de ingresos y/o clientes, entre otros, como consecuencia de eventos de la naturaleza, y una cobertura de responsabilidad medioambiental para cubrir las responsabilidades medioambientales exigidas en las leyes y normas de aplicación. Ambas coberturas están basadas en

estándares del mercado de seguros en términos de límites, sublímites y coberturas.

Por otro lado, analizamos de forma específica los riesgos derivados del cambio climático de acuerdo con las recomendaciones de [Task Force on Climate - Related Financial Disclosures \(TCFD\)](#), tanto los riesgos físicos como los de transición.

 Más información, en la sección "2.2.4. Energía y Cambio Climático" y capítulo "4. Riesgos".

2.2.2. Gestión ambiental

El Sistema de Gestión Ambiental (SGA) ISO 14001 es el modelo que elegimos para asegurar la protección del medioambiente. Durante 2018 continuamos mejorando nuestro SGA y actualmente tenemos certificado el 99,4%⁽¹⁾ de nuestras operadoras, bajo los nuevos requisitos de la versión 2015 de este estándar.

Contamos con un completo abanico de normas, que incorporan la perspectiva de ciclo de vida, con lo que incorporamos también los aspectos de nuestra cadena de valor y de forma especial involucramos a nuestros proveedores en la gestión ambiental.

Disponer de un SGA certificado, nos permite asegurar el correcto control y cumplimiento de la legislación ambiental aplicable en cada operación, siendo el modelo preventivo de cumplimiento asociado al proceso global de cumplimiento de la Compañía. **Durante 2018 no fuimos objeto de ninguna sanción relevante en materia ambiental.**

SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL

ISO14001 CERTIFICADOS

2018



(1) Uruguay en proceso de certificación. Se excluye Venezuela del alcance.

Además, mantenemos la certificación de los Sistemas de Gestión de la Energía (ISO 50.001) en las operaciones de España y Alemania (en torno al 40% de nuestros ingresos) y trabajamos para extenderlo a otras operaciones, consiguiendo que la eficiencia de nuestra red siga mejorando de forma continua.

2.2.2.1. Una red responsable

Disponemos de un adecuado control de riesgos e impactos ambientales en la gestión de nuestra red en todo su ciclo de vida, lo que nos permite prestar un servicio de máxima calidad sin comprometer el cuidado del medioambiente. En 2018 invertimos más de 10 millones de euros con este objetivo.

Los principales aspectos ambientales de la red son el consumo de energía y los residuos, aunque gestionamos todo nuestro posible impacto como el ruido o el consumo de agua.



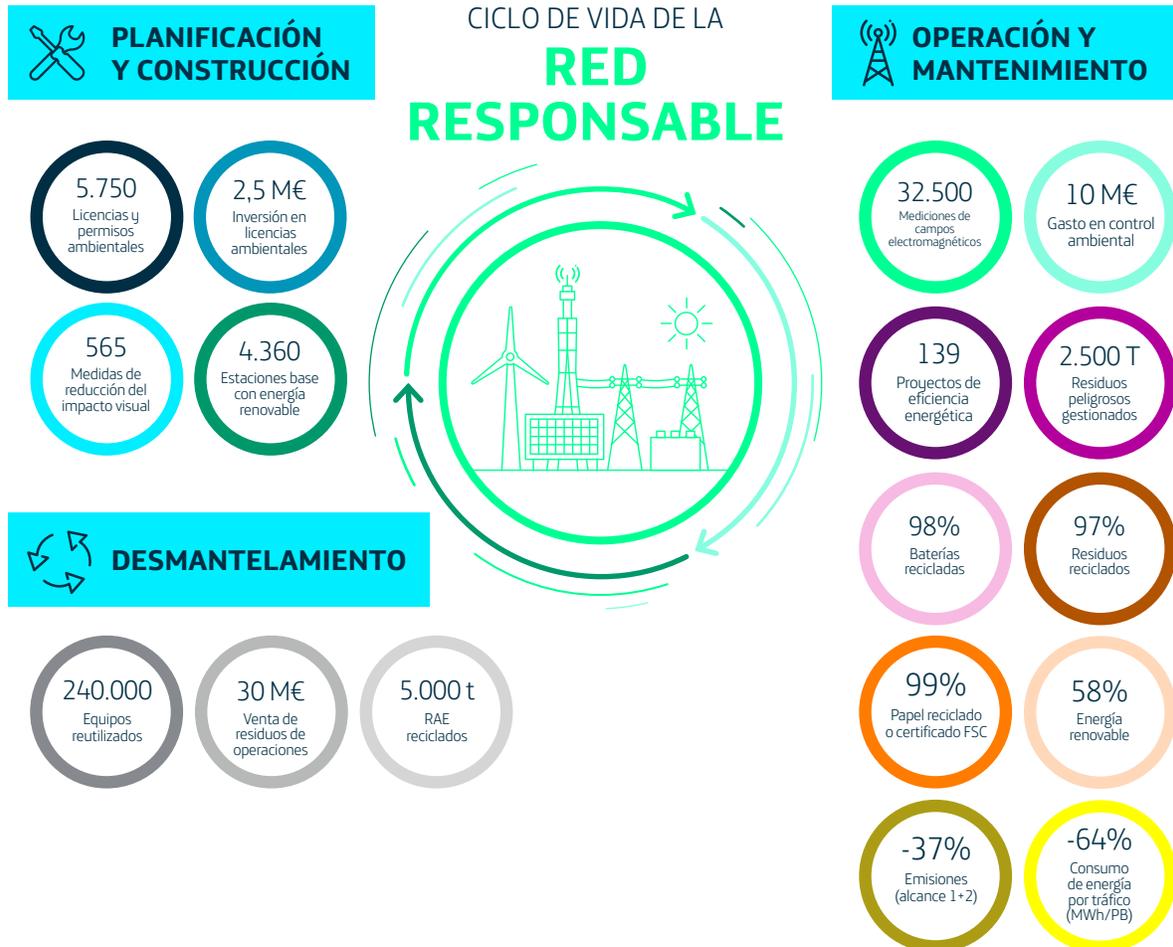
Más información, en las secciones "2.2.4. Energía y Cambio Climático" y "2.2.3. Economía circular".

Muestra de la gestión responsable de la red es que el 97% de los residuos fueron reciclados en 2018.

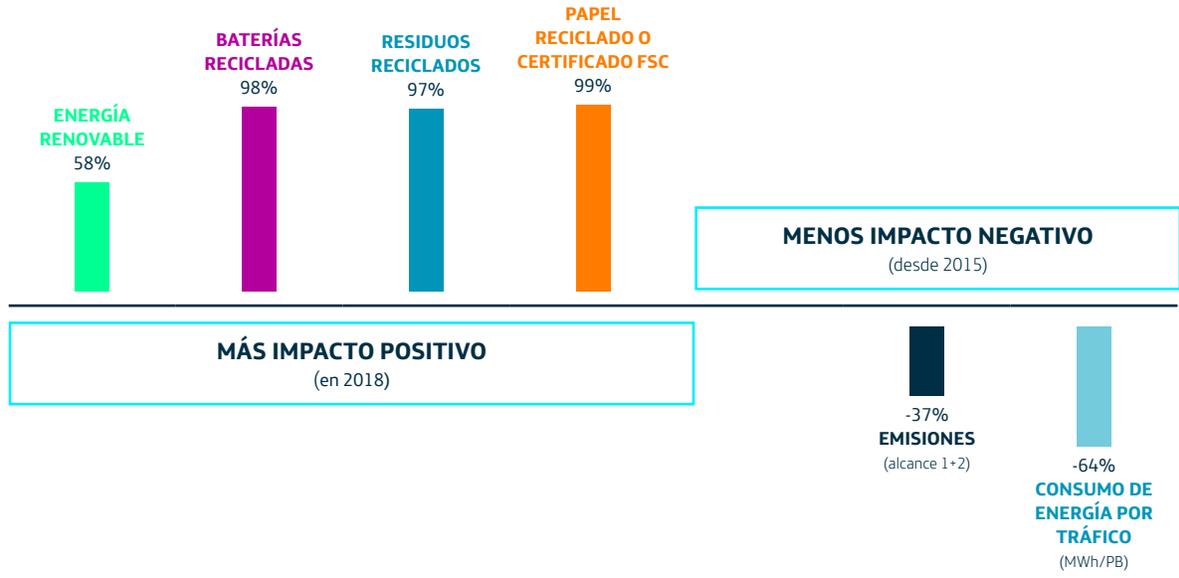
De cara a minimizar el impacto del despliegue de red implantamos las mejores prácticas, por ejemplo, medidas de insonorización cuando es necesario. La compartición de infraestructuras disminuye de forma relevante el impacto de nuestro sector en el entorno. Por ello, siempre que es posible localizamos nuestras instalaciones compartiendo espacio con otras operadoras. De esta forma se optimiza la ocupación de suelo, el impacto visual, el consumo de energía y la generación de residuos.

En cuanto a la biodiversidad, el impacto de nuestras instalaciones es limitado, si bien realizamos estudios de impacto ambiental e implantamos medidas correctoras cuando es necesario, por ejemplo, en áreas protegidas.

GESTIÓN RESPONSABLE DE INFRAESTRUCTURA DE RED



MEJORAMOS NUESTRO IMPACTO NETO



2.2.3. Economía circular

La economía circular es una nueva forma de entender la economía, enfocada en mejorar la eficiencia en el uso de recursos, disminuir la dependencia de materias primas y mitigar el cambio climático. Se presenta como una alternativa llena de oportunidades, con el potencial de resolver retos ambientales a la vez que aporta valor económico y crecimiento. Este concepto no sólo revoluciona los paradigmas convencionales, sino que también proporciona retos y oportunidades para la digitalización, ya que es necesaria una sociedad hiperconectada para lograrla.

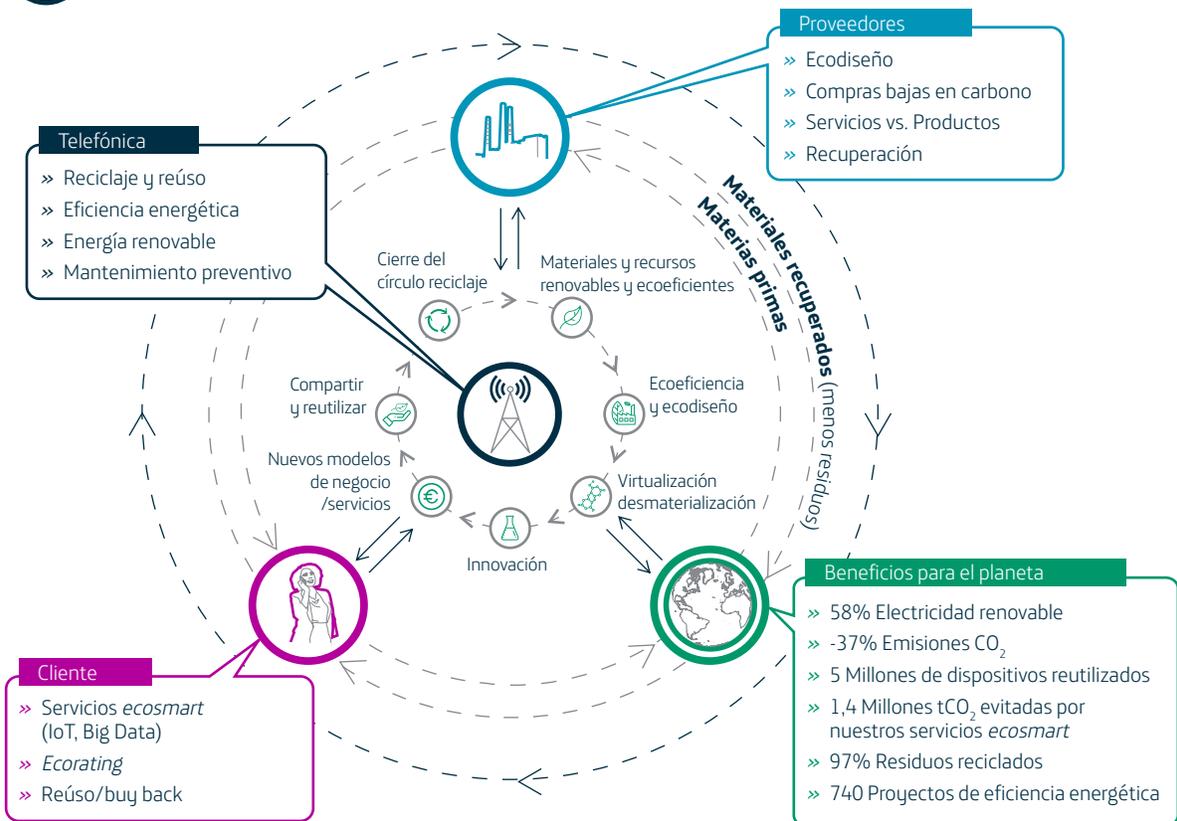
Integramos esta filosofía a lo largo de todo el ciclo de vida de nuestra empresa. Ponemos foco en optimizar el consumo de recursos y promover que los bienes usados vuelvan al ciclo productivo, y para ello nos centramos sobre todo en nuestras compras, la gestión eficiente de la red y provisión de servicios al cliente con este fin.



➕ Más información, en la sección de nuestra web "Economía circular".



ECONOMÍA CIRCULAR EN TELEFÓNICA



Contamos con medidas para un consumo de agua eficiente, especialmente en países con alto estrés hídrico.

2.2.3.1. Nuestra ecoeficiencia

Reducimos el impacto de nuestros servicios y operaciones sobre el medioambiente gracias a medidas ecoeficientes, como un mantenimiento preventivo de la infraestructura, la sustitución de equipos por otros de bajo consumo o la reutilización de estos a nivel interno.

El consumo de energía tiene, por su relevancia, un capítulo específico.



Más información, en la sección "2.2.4. Energía y Cambio Climático".

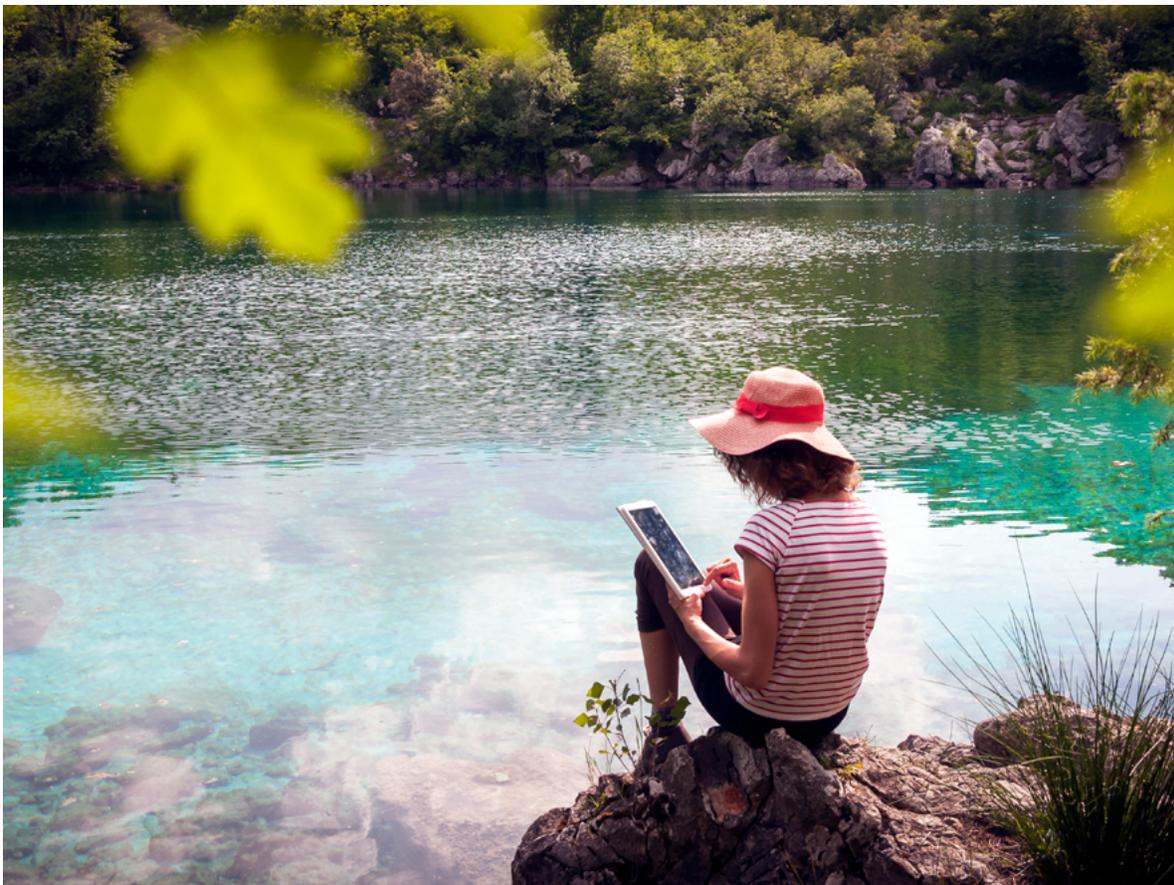
a) Agua

Nuestro consumo de agua se debe principalmente al uso sanitario y, en menor medida, a su uso en climatización. Cada una de nuestras operaciones realizan medidas específicas para tener un consumo más eficiente, especialmente en aquellos lugares donde el estrés hídrico es mayor y de acuerdo con las limitaciones locales.

Durante el año 2018, nuestro consumo global ha sido de 4 Hm³.

Consumo de agua (Hm³)

2016	2017	2018
3,75	3,74	4,06



b) Papel

Establecemos pautas comunes para reducir el impacto de este material. Así, el 99% del papel que consumimos en nuestras oficinas el año pasado era de origen reciclado o certificado (FSC o PEFC).

Otro ejemplo de ecoeficiencia es la digitalización de las facturas de nuestros clientes. En 2018, han elegido la factura sin papel 75 millones de clientes. Generamos así más de 736 millones de facturas electrónicas, que han evitado el consumo de 3.600 toneladas de papel y la tala de cerca de 63.000 árboles.

En 2018, el 99% del papel que consumimos fue de origen sostenible.

c) Cerrando el ciclo: Residuos y No-Residuos

Teniendo en cuenta el principio de jerarquía de residuos en la economía circular, nuestra principal apuesta es prevenir y reducir la generación de estos, apoyando mayoritariamente la reutilización de equipos usados y el reciclado. Todo ello, nos permite ser más competitivos, reducir gastos e incrementar ingresos, a la vez que logramos reducir nuestra huella sobre el entorno y cumplir con la normativa legal aplicable.

El mantenimiento de la infraestructura de red es la principal generadora de residuos, pero también lo son las actividades administrativas que realizamos en nuestras oficinas y, en menor medida, las actividades comerciales con nuestros clientes.

En 2018 conseguimos la reutilización de casi 5 millones de unidades de equipos de comunicaciones que suponen más de 2.000 toneladas. Cuando la reutilización no es una opción, el reciclaje es la mejor alternativa para el tratamiento de los residuos.

REÚSO DE EQUIPOS DE TELEFÓNICA

Apostamos por la economía circular mediante el reacondicionamiento de equipos para darles una segunda vida.



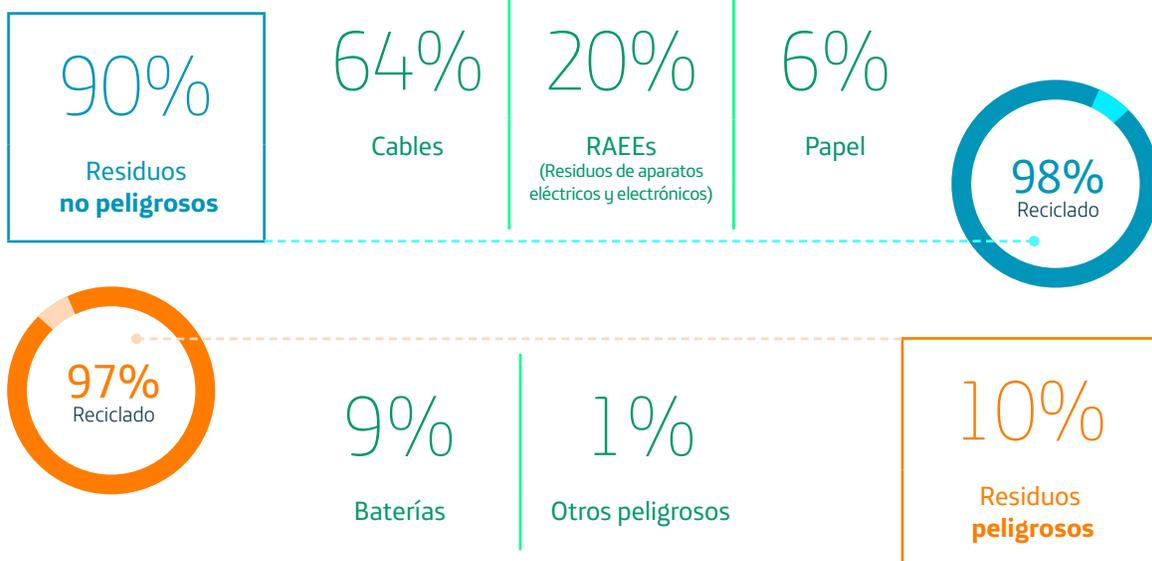
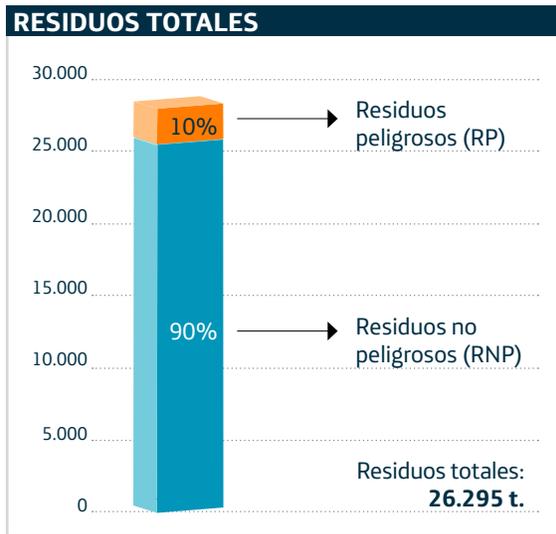
Así, en 2018 generamos 26.295 toneladas de residuos, un 4% menos que el año anterior. Logramos destinar a reciclaje el 97%.

Cerca del 64% de nuestros residuos son cables que se originan en el proceso de transformación de nuestra red, cuando migramos del cable de cobre a la fibra óptica.

Más información, en "1.11. CASE STUDY FLAGSHIP: Transformación de la red fija en España: de cobre a fibra".

Su reutilización no es posible pero sí su reciclaje. De este modo, impulsamos la economía circular dando un valor a los materiales que retiramos, para que sean introducidos de nuevo en el modelo productivo. Gracias a la recuperación de nuestros residuos Telefónica ingresó más de 32 millones de euros.

RESIDUOS

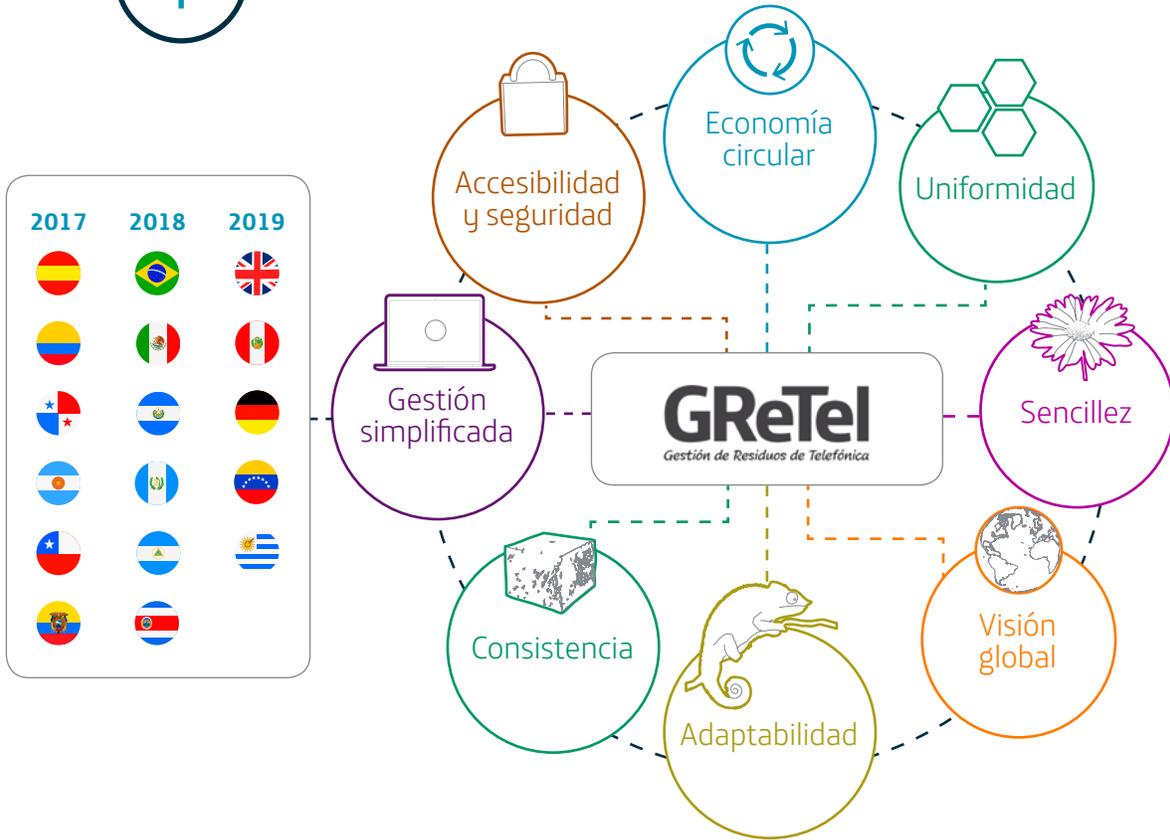


RESIDUOS DE TELEFÓNICA	2016	2017	2018
Total residuos generados (t)	23.507	27.536	26.295
Residuos Reciclados (%)	97%	97%	97%
Equipos reutilizados (t)	1.408	1.242	2.220
Residuos vertedero e incineración	665	816	694

En 2018 generamos 4% menos residuos y el 97% fueron reciclados.



GReTel: Gestión de residuos de Telefónica



- » **Gretel:** Se trata la plataforma digital para la gestión de residuos de Telefónica, gracias a ella mejoramos la trazabilidad y aprovechamos todas las oportunidades ligadas a la economía circular. A finales de 2018, la herramienta estaba implantada en España, Colombia, Chile, Panamá, Argentina, Ecuador, Brasil, México, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Costa Rica.
- » **Equipos electrónicos usados y sus residuos:** Estos residuos son muy relevantes para la actividad de Telefónica. Según Naciones Unidas, se estima que la generación de residuos electrónicos o e-waste sobrepasará los 50 millones de toneladas anuales en 2021.

Los residuos electrónicos contienen minerales valiosos susceptibles de ser recuperados, pero a la vez materiales que pueden ser contaminantes sino se tratan de forma adecuada. Por ello, consideramos que la solución a este problema debe afrontarse desde la responsabilidad compartida por todos los actores implicados. En 2018 el total de residuos de equipos electrónicos de operaciones y clientes, el 69% se reciclaron y cerca del 30% se reutilizaron.

Principios de Telefónica para el impulso de la economía circular en la gestión de equipos eléctricos y electrónicos

Fomentar el desarrollo de un marco normativo propicio y realizar prácticas de reutilización y reciclaje.

Garantizar un tratamiento adecuado con controles a nuestra cadena de suministro.

Ofrecer a nuestros clientes información ambiental durante la compra (*ecorating*) y alternativas de disposición para sus dispositivos usados.

Promover con los fabricantes el mejor ecodiseño.

2.2.3.2. Clientes y economía circular

Uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre el que deseamos hacer énfasis es el desarrollo de un modelo de consumo y producción sostenibles. Es por ello, que elaboramos nuevos productos e iniciativas con las que nuestros clientes pueden actuar para reducir su impacto ambiental y sumarse al reto de la economía circular.

a) Recompra y reacondicionamiento de equipos

Con nuestras políticas de alargar la vida útil de los equipos de comunicaciones, tanto los de clientes como nuestros equipos internos, logramos reducir el consumo de recursos y energía al evitar la fabricación de nuevos equipos.

Ofrecemos opciones de recompra y reacondicionamiento de teléfonos móviles a nuestros clientes. Por medio de esta iniciativa, nuestros clientes pueden llevar sus dispositivos móviles en desuso para darles una segunda vida o un tratamiento de reciclado sin exponer al medioambiente. En 2018, recogimos más de 800.000 móviles gracias a estos programas.

Además, facilitamos la reutilización de móviles a través del leasing o venta de terminales de segunda mano en algunos de nuestros mercados, como en Reino Unido con el [programa O2 Refresh](#).

También recuperamos de casa de nuestros clientes los *routers* y descodificadores que ya no necesitan. Estos son reacondicionados y se reutilizan nuevamente por Telefónica, evitando el consumo de materiales y recursos que supone la fabricación de un nuevo equipo. En 2018 recuperamos cerca de 4 millones de equipos usados.

Por último, en algunos países, como por ejemplo España, donamos equipos informáticos, siendo el total de dispositivos donados aproximadamente 7.000 unidades.

b) Ecorating

En el momento de adquirir un nuevo teléfono, nuestros clientes pueden consultar el *ecorating* de los distintos terminales del catálogo. Se trata de un sello con una puntuación entre 1 y 5 que evalúa el grado de sostenibilidad ambiental del dispositivo. La puntuación se basa en una metodología que evalúa el impacto sobre el medioambiente del ciclo de vida de los terminales incluyendo indicadores como el calentamiento global, el uso de materias primas o su facilidad para el reciclaje.

En 2018, hemos conseguido que el 71% de nuestro portfolio tenga el sello *ecorating* y la nota media es de 3,2. Hasta la fecha informamos sobre el *ecorating* de nuestros terminales en 10 países.

Esta información sirve para fomentar la innovación e implantación de las prácticas más favorables al medioambiente en todo el ciclo productivo, especialmente en nuestros proveedores.

2.2.3.3. Cadena de suministro en la economía circular

Integramos la filosofía de la economía circular en nuestra relación con proveedores, aliados esenciales en esta transición. Nos centramos en optimizar el consumo de recursos y estimular el retorno de materiales al ciclo productivo.

Además, impulsamos la reducción de emisiones GEI de nuestros proveedores y trabajamos ellos en este reto.



Más información, en el apartado "Alcance 3", de la sección "2.2.4.3. Emisiones".

a) Compras más ecoeficientes

Somos conscientes de las oportunidades que presenta la adquisición de bienes y servicios, de cara a minimizar el impacto que éstos puedan tener en el medioambiente. Por ello, en el marco de nuestra [Política Global de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro](#), hemos incorporado criterios ambientales y de economía circular, como, por ejemplo, la necesaria incorporación de medidas preventivas y de análisis de ciclo de vida (ACV) a la hora de proveer productos o servicios a Telefónica.

Otra de las líneas de actuación es la compra baja en carbono. Para los equipos con un alto consumo de energía, incorporamos el concepto de *Total Cost of Ownership* (TCO) en el proceso de adquisición, así consideramos el consumo energético que el equipo tendrá durante su uso y no solo el coste en la compra. El TCO nos permite reducir el consumo energético de la empresa y las emisiones de carbono asociadas.

Además, en este ámbito incorporamos directrices para reducir el impacto de los gases refrigerantes en nuestra huella de carbono. Para ello, se ha limitado la recarga de gases CFC o HCFC que

agotan la capa de ozono, adelantándonos a los plazos dictados por los acuerdos internacionales, dando prioridad a los gases en función de su menor potencial de calentamiento global.

La compra de energía renovable juega un papel primordial, tanto por la adquisición de Garantías de Origen de Energía renovable como por la firma de contratos a largo plazo (*Power Purchase Agreements* - PPA). Fomentamos la firma de contratos de este tipo en aquellos países en los que la normativa lo permite, con el triple objetivo de reducir el gasto en energía, las emisiones de carbono y llegar al 100% de electricidad renovable en Telefonía. Además, contamos con socios tecnológicos para desarrollar proyectos de eficiencia energética y autogeneración de energías renovables, que sustituyen producto por servicio, lográndose con ello mayores eficiencias.

Más información, en la sección "2.2.4. Energía y Cambio Climático".

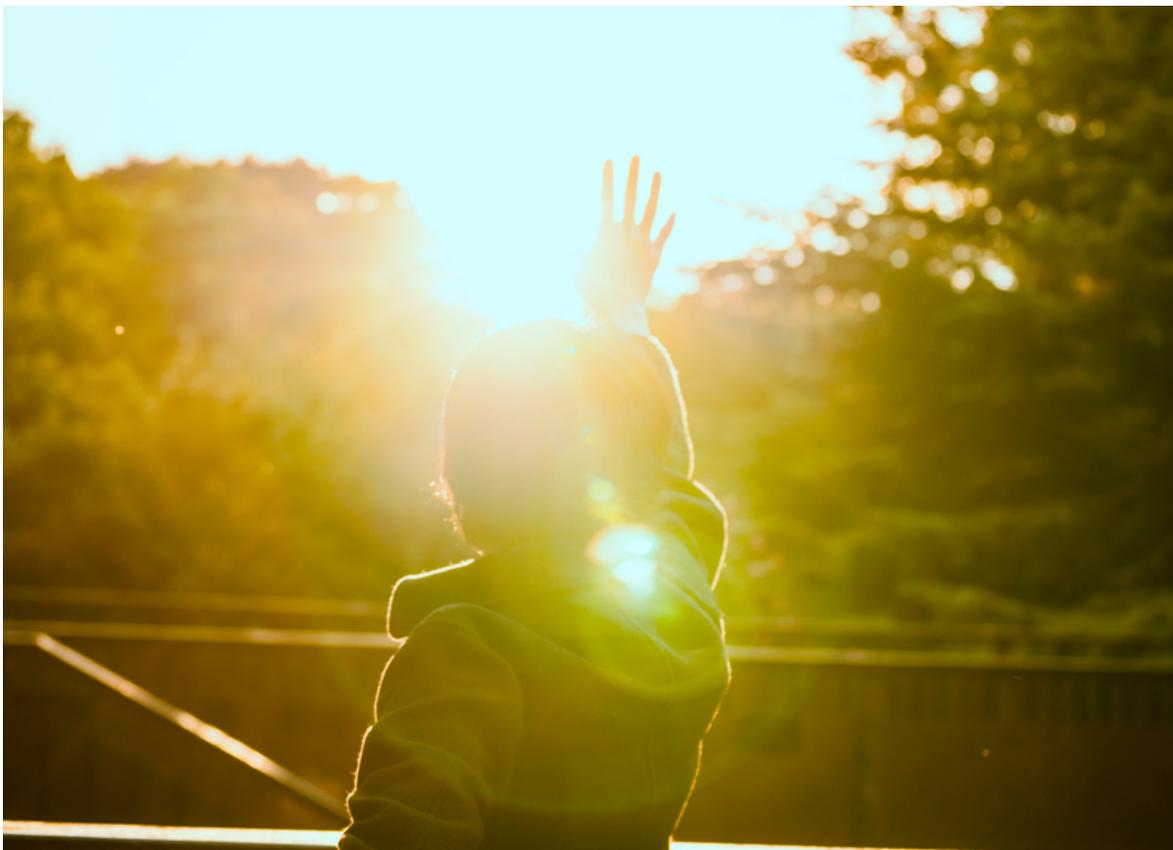
Más allá de la energía, también incorporamos prácticas de compra más ecoeficiente, por ejemplo,

el papel de fibra virgen que usamos en muchos países tiene certificado FSC, o el *ecorating* que persigue incentivar el ecodiseño entre nuestros proveedores de teléfonos móviles.

Más información, en las secciones "2.5. Gestión de la cadena de suministro" y "2.2.4. Energía y Cambio Climático"

b) Impulsando la trazabilidad en la gestión de residuos

Gracias a la configuración de la plataforma GreTel, facilitamos a nuestros proveedores de gestión de residuos la creación de informes con las especificaciones técnicas necesarias para la realización de informes a las administraciones públicas de cada país, ya que la herramienta se adapta a las necesidades regulatorias allí donde se ubican los residuos; Desde la correcta gestión de equipos contaminados con bifenilos policlorados (PCB) hasta la reutilización de equipos eléctricos y electrónicos (EEE). Gracias a estas medidas, involucramos a nuestros proveedores para mejorar su propio sistema de gestión de residuos en cada país donde operamos.

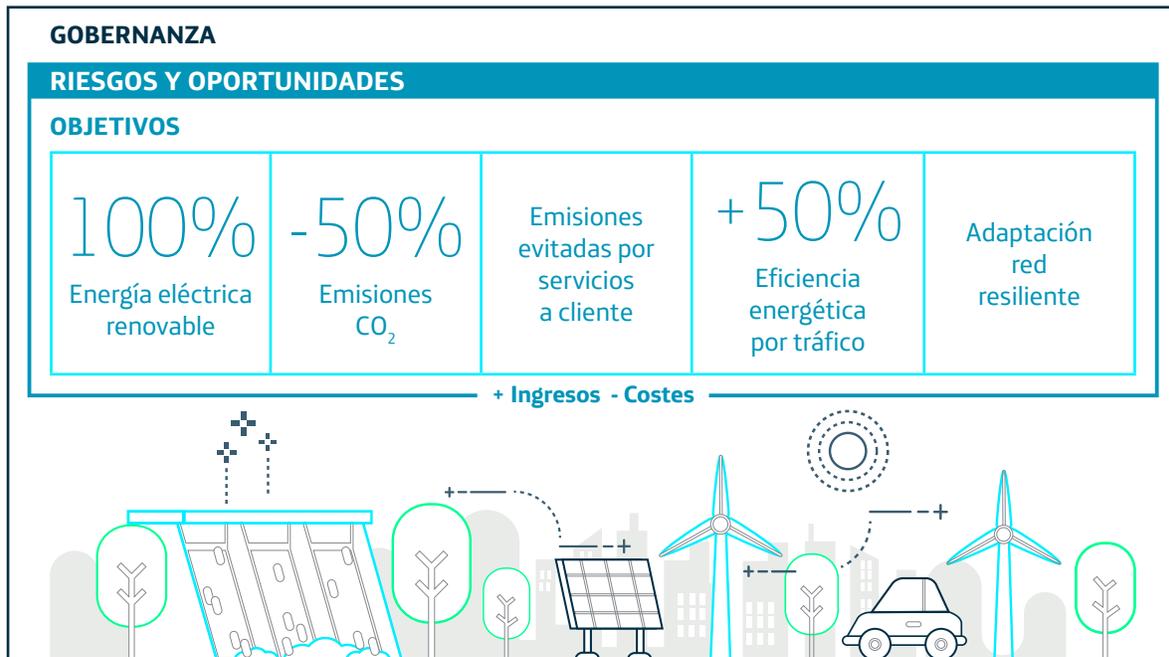


2.2.4. Energía y Cambio Climático

2.2.4.1. Estrategia integrada de Energía y Cambio Climático

Nuestra estrategia de Energía y Cambio Climático, alienada con el negocio, nos permite cubrir todas las aristas de este fenómeno global: responsabilizarnos de la mitigación, aprovechar las oportunidades y adaptarnos gestionando los riesgos. En Telefónica nos comprometemos a reducir nuestra propia huella de carbono, pero, en segundo lugar y de forma más relevante, ofrecemos soluciones para reducir las emisiones de nuestros clientes.

ESTRATEGIA CAMBIO CLIMÁTICO



El cambio climático se integra hoy día en la gestión de los principales aspectos de la Compañía, como gobierno, estrategia, riesgos y objetivos, por su carácter transversal y global.

Desde hace más de 10 años contamos con la Oficina Global de Energía y Cambio Climático, compuesta por áreas globales como Operaciones, Medioambiente y Compras, encargada de ejecutar la Estrategia.

Implementamos las recomendaciones del **Task Force on ClimateRelated Financial Disclosures (TCFD)**, para dar respuesta a las demandas de nuestros principales grupos de interés y la transparencia requerida en esta materia.

Objetivos de Energía y Cambio Climático

En 2016 fijamos objetivos de Energía y Cambio Climático a 2020 y 2030, alineados con el Acuerdo de París y validados por **Science Based Target initiative (SBTi)**. La consecución de estos objetivos forma parte de la retribución de los responsables de las áreas de operaciones y medioambiente.

 Más información, en la sección de nuestra web "Energía y Cambio Climático".

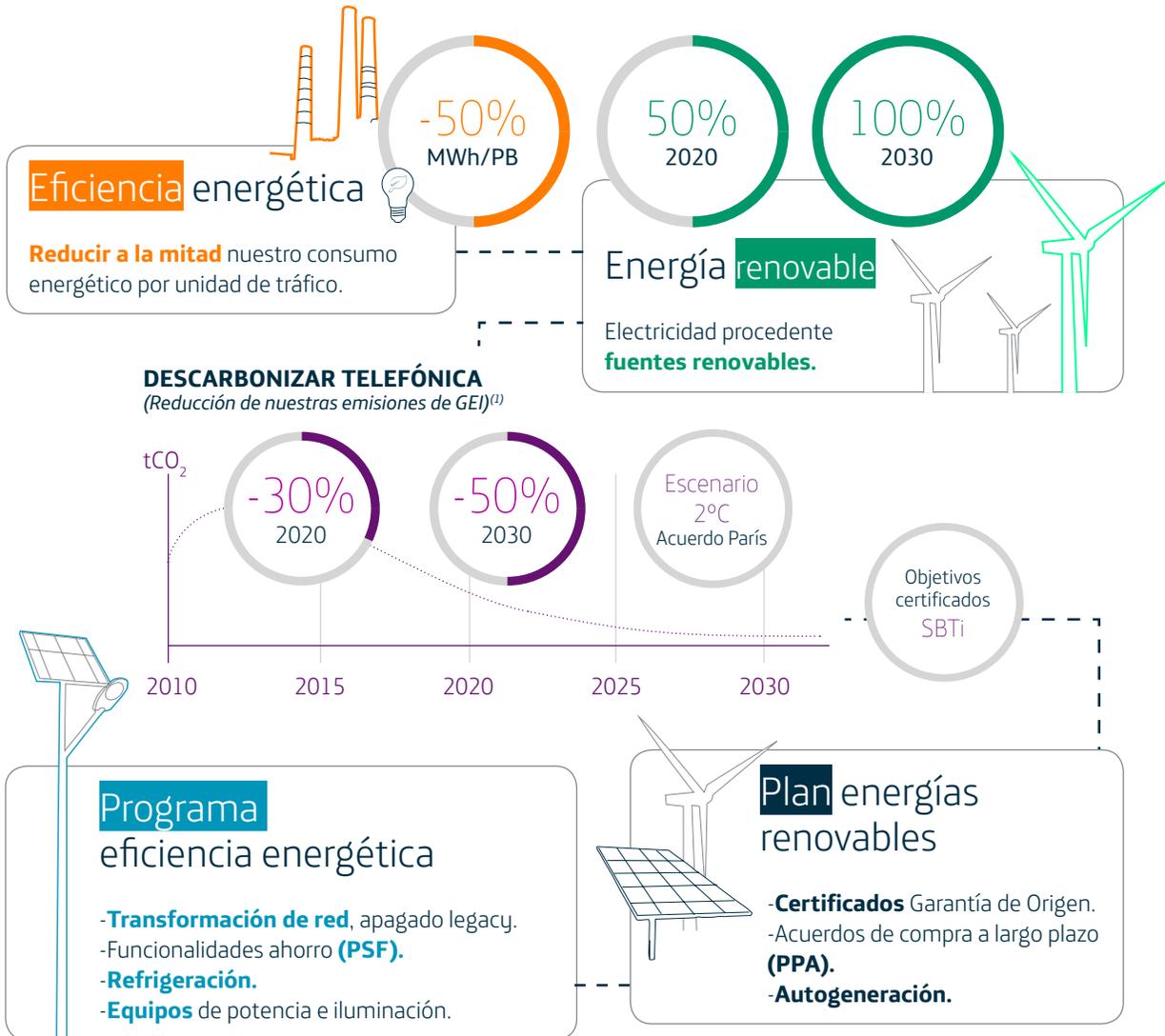
Gobernanza

La estrategia de cambio climático y energía forma parte del Plan de Negocio Responsable, liderado por el Consejo de Administración.

Estas metas nos ayudan a aprovechar las oportunidades de la descarbonización, a ser más competitivos y ofrecer a nuestros clientes una red limpia. Logramos reducir nuestras emisiones de carbono a la vez que disminuye el gasto operativo, a través de la eficiencia y las energías renovables.

Objetivos de energía y cambio climático 2015-2020/2030

Logramos nuestros **objetivos 2020 con dos años de antelación**



OBJETIVOS GLOBALES DE ENERGÍA Y EMISIONES (2015-2020)

KPI	OBJETIVO REDUCCIÓN 2020	VALOR AÑO BASE	VALOR 2018
Consumo de energía por tráfico	-50%	415 MWh/PB	150 MWh/PB -64% energía/tráfico
Emisiones GEI (alcance 1+2)	-30%	1,95MtCO ₂	1,22MtCO ₂ -37% emisiones de GEI
% Consumo electricidad renovable	50%	20%	58%

(1) Reducción en términos absolutos.

En 2018 continuamos avanzando para lograr estos objetivos, en 2019 se definirán nuevos valores como objetivos de medio plazo. En comparación con 2015, el consumo total de energía por tráfico bajó un 64%. Esto ha sido posible gracias a nuestro foco en eficiencia energética, y el proceso de transformación de nuestras redes. En la migración a cobre a fibra óptica obtenemos un 85% de eficiencia en el acceso de los clientes.

Logramos que el 100% en Europa, Brasil⁽¹⁾, y 58% a nivel global, del consumo eléctrico de la Compañía provenga de fuentes renovables.

Todo ello, ha hecho posible que nuestras emisiones Alcance 1 y 2 en 2018 hayan disminuido un 37% respecto a 2015.

Riesgos y oportunidades

Analizamos de forma específica los potenciales riesgos y oportunidades derivados de la incidencia de los efectos climáticos proyectados, en diferentes escenarios de concentración de CO₂eq en la atmósfera y diferentes plazos temporales, conforme a las recomendaciones de TCFD.

Este análisis nos permite incorporar el cambio climático en decisiones empresariales de largo plazo, minimizando los riesgos y maximizando las oportunidades para nuestro negocio.

a) Riesgos

Así, el cambio climático es uno de los riesgos básicos dentro de nuestro Modelo de Gestión de Riesgos.



Más información, en el capítulo "4. Riesgos".

Analizamos la exposición de nuestro negocio a los riesgos físicos y también los derivados de la transición hacia una economía baja en carbono.

En los riesgos físicos analizamos la probabilidad e impacto, que tanto los cambios paulatinos en el clima (temperatura, pluviometría, nivel del mar) como eventos climáticos extremos, pueden tener sobre nuestras infraestructuras y operación. En cuanto a la transición mundial a una economía baja en carbono, consideramos los riesgos que pueden provenir de cambios en la regulación, la innovación tecnológica, así como los asociados a cambios en los mercados actuales o aspectos reputacionales. Los más relevantes están relacionados con un aumento en el gasto operativo del coste energético, por ejemplo, en países con dependencia de la generación hidráulica.

Con el fin de gestionar estos riesgos, contamos con líneas de trabajo que ayudan a aumentar nuestra resiliencia al cambio climático. Así, dentro de nuestra estrategia incluimos medidas de adaptación tanto a los cambios físicos como a los devenidos de una economía baja en carbono. Las principales medidas son los Planes de Continuidad de Negocio ante desastres climáticos; y los Planes de Eficiencia Energética y Energía Renovable, que nos permiten reducir el consumo de energía, el consumo de combustibles fósiles y las emisiones de gases de efecto invernadero, y nos preparan en todos los riesgos de la transición: regulatorios, tecnológicos, de mercado y reputacionales.

RIESGOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO					
Transición				Físicos	
					
Regulatorios	Tecnológicos	Mercado	Reputacionales	Crónicos	Puntuales
Aumento de precios de determinados productos y servicios debido a impuestos o tasas sobre sectores de los que somos dependientes (energía, transporte, etc).	Necesidad de retiro anticipado de activos ligados a climatización o energía por una transición a tecnología de bajas emisiones.	Aumento en la OPEX energía, por ejemplo en países con dependencia de la generación hidráulica.	Aumento de información en esta materia por parte de <i>stakeholders</i> relevantes (inversores, analistas, clientes...)	El incremento de temperatura podría implicar mayores necesidades de refrigeración.	Una mayor ocurrencia de eventos climáticos extremos aumentaría el riesgo de continuidad de negocio.
				Los riesgos físicos se han analizado de forma pormenorizada en un estudio de vulnerabilidad climática.	

(1) Brasil 100% renovable desde noviembre 2018.

b) Oportunidades

Encontramos oportunidades en una economía baja en carbono tanto para la gestión interna de la energía, como para el crecimiento de nuestro negocio, por la venta de productos que reducen emisiones de carbono en nuestros clientes.

Entre las oportunidades internas destacan el Plan de Energías Renovables y el de Eficiencia Energética, que nos permite reducir el coste operacional de la Compañía. Y en las externas, vemos una oportunidad de crecimiento de negocio, por ejemplo, los nuevos servicios basados en Internet de las Cosas, necesarios para la transición hacia la descarbonización de muchos sectores de la economía.

 Más información, en la sección "2.2.5. Digitalización y servicios ecosmart".



En 2018 hemos sido reconocido, por quinto año consecutivo, con la máxima **clasificación "A" en el CDP Climate Change**. Esta lista integra a empresas que cumplen los máximos criterios de *Carbon Disclosure Project* en cuanto a estrategia, objetivos y acciones relativos a los riesgos y oportunidades del cambio climático. Además, fuimos galardonados por nuestra transparencia y compromiso con los clientes en materia de cambio climático, obteniendo una calificación "A" en el *CDP Supply Chain Climate*.



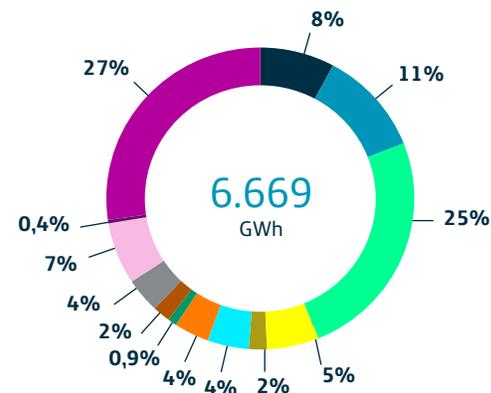
Encontramos oportunidades en una economía baja en carbono tanto para la gestión interna de la energía, como para el crecimiento de nuestro negocio, por la venta de productos que reducen emisiones de carbono en nuestros clientes.

2.2.4.2. Energía

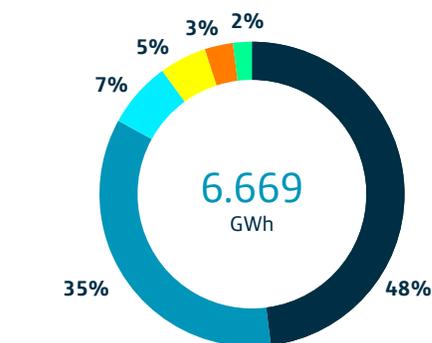
La energía es un recurso fundamental para nuestra actividad, el 95% de nuestro consumo proviene del funcionamiento de nuestra red. Desde el año 2015, hemos conseguido estabilizar el consumo energético (-0,29%) a pesar de que el tráfico gestionado por nuestras redes ha aumentado un 176%.

En 2018, el consumo energético fue de 7.137 GWh, un 93% de electricidad y un 7% de combustibles. Además, el 86% se concentra en tan solo 7 países, siendo España y Brasil los más relevantes (51% del total).

CONSUMO DE ELECTRICIDAD POR PAÍS (GWh)



CONSUMO ELÉCTRICO POR INSTALACIÓN (GWh)



- Estaciones base
- Centrales de telefonía fija
- Centrales de telefonía móvil
- Data Centers
- Oficinas
- Otros

CONSUMO DE COMBUSTIBLE (GWh)



CONSUMO DE ENERGÍA	2015	2016	2017	2018
Consumo total de energía (MWh)	7.157.309	6.993.722	7.042.619	7.136.772
Electricidad (MWh)	6.724.081	6.493.117	6.581.361	6.668.881
Combustible y Calefacción Urbana (MWh)	433.229	500.606	461.258	467.891
Energía proveniente de fuentes renovables (%)	20,45	45,99	46,93	57,98
Tráfico gestionado total anual (Petabytes)	17.235	25.716	35.708	47.500

302-1
302-2
302-3
302-4



IX Workshop Global de Energía y Cambio Climático

En 2018 realizamos nuevamente el encuentro anual entre nuestros líderes de transformación energética y las principales empresas colaboradoras en la materia. El evento celebrado en Argentina reunió a más de 200 personas. El objetivo es aprovechar las oportunidades que actualmente existen en esta temática y fomentar la innovación para reducir el consumo energético y nuestra huella de carbono a nivel global. Durante estos días se hace entrega además de los premios *Energy Awards* de Telefónica.

Plan de Eficiencia Energética

Con el fin de optimizar el consumo energético de nuestra red, en el año 2010 establecimos un Plan de Eficiencia Energética. Desde entonces hemos puesto en marcha 740 proyectos, con un ratio de crecimiento anual del 7%, gracias al Centro Global de Energía creado en 2015 para acelerar la eficiencia, con responsables de incentivar proyectos de Eficiencia energética en cada uno de los países. En 9 años hemos ahorrado más de 4.000 GWh, 553 millones de euros, y evitado 1,27 millones de tCO₂eq.

En 2018 llevamos a cabo 139 iniciativas en nuestras redes y oficinas. Gracias a las que hemos ahorrado 181 GWh y evitado la emisión de más de 73.145 toneladas de CO₂eq.

Entre las iniciativas globales destacan la modernización de nuestra red para aumentar su eficiencia por ejemplo sustituyendo el cobre por fibra óptica; los proyectos de renovación de las plantas de fuerza y equipos de clima; la utilización de *free cooling* para climatizar con aire directo desde del exterior; el apagado de las redes *legacy*; la implantación de funcionalidades de ahorro de energía en la red de acceso; y la disminución de consumo de combustible a través de la implantación de estaciones híbridas.

Este esfuerzo se refleja en una mejora del 64% de mejora de nuestros ratios intensivos de energía (MWh/PB) respecto a 2015, y conseguimos desligar el crecimiento de nuestros servicios del consumo energético.

EFICIENCIA ENERGÉTICA



PROYECTOS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA



- Iluminación:** Reemplazo de luminarias fluorescentes a tecnología LED e instalación de sensores de presencia.
- PSF (Power Saving Features):** Activación de funcionalidades de ahorro energético en períodos de bajo tráfico.
- Cooling:** Actualización tecnológica de equipos de refrigeración e instalación de *free cooling*.
- Power:** Actualización tecnológica de equipos de fuerza y sustitución de rectificadores de baja eficiencia.
- Transformación de la Red:** Apagados de equipos *legacy*, *upgrades* de redes y optimización de emplazamientos.
- Autogeneración renovable:** Implementación de sistemas renovables para autoconsumo y disminución del consumo de combustible.
- Otros:** Ajuste de *setpoint* de equipos de *cooling*, corrección del factor de potencia, etc.

Plan de Energía Renovable

La descarbonización de la Compañía nos exige, no solamente la máxima eficiencia en el uso de la energía, sino también que ésta proceda de fuentes renovables.

Para ello, Telefónica cuenta con un Plan de Energías Renovables, con el que hemos logrado que el 100% de la energía eléctrica en Europa, y el 58% a nivel global, proceda de fuentes libres de emisiones. Con ello hemos conseguido adelantar el cumplimiento del objetivo que habíamos definido para 2020.

Asimismo, el cambio hacia energías limpias reduce nuestros costes operativos, y nos hace menos dependientes de las fluctuaciones de los precios de combustibles fósiles. Nuestro plan de Energía Renovable proyecta unos ahorros potenciales en el

OPEX de energía del 6% a 2020 pudiendo alcanzar un 26% en 2030.

El Plan, contempla todo tipo de soluciones: auto generación, compra de energía renovable con garantía de origen y acuerdos de compra a largo plazo (*Power Purchase Agreement - PPA*), y prima las energías renovables no convencionales.

Dentro de las iniciativas, durante 2018, destacan dos proyectos de compra energía: la adquisición de energía eléctrica 100% renovable en Brasil, y la entrada en funcionamiento de una planta solar bajo un acuerdo PPA para Telefónica México.

Desde noviembre, la operadora en Brasil consume el 100% de su electricidad procedente de fuentes renovables. Esto se ha logrado por medio de tres



estrategias: la contratación de energía verde en el mercado libre incentivado; la contratación a medio plazo de energía procedente de pequeñas centrales hidráulicas bajo un acuerdo de generación distribuida; y finalmente, la adquisición de garantías de origen renovable para el resto del consumo eléctrico.

En 2018 comenzó el suministro a nuestra operación en México del mayor parque solar del país, gracias al PPA firmado entre Telefónica y el generador solar. Este parque suministrará el 40% de la electricidad consumida por Telefónica México durante los próximos 20 años.

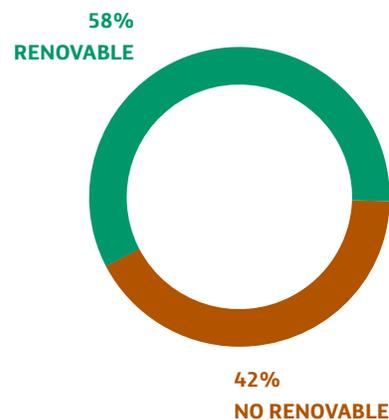
En cuanto a la autogeneración, incrementamos paulatinamente las estaciones base de la red móvil que funcionan con energía renovable ya tenemos más de 4.300. Esto nos permite además evitar el uso de generadores de fuel en zonas aisladas. La autogeneración, poco a poco comenzará a estar presente también en otro tipo de instalaciones que consumen más energía, como el MTSO de Managua (Nicaragua), en el que se han puesto paneles que generan el 10% de su consumo eléctrico.

En total, 3.382 GWh provienen de energía renovable. Esto nos ha permitido evitar emisión de alrededor de 1 millón de toneladas de CO₂ equivalente. Lo que pone de manifiesto que las energías renovables son claves

para lograr descarbonizar nuestra actividad y reducir la huella de carbono en términos absolutos.

El 100% del consumo eléctrico de Europa y Brasil⁽¹⁾ ya proviene de fuentes renovables.

ELECTRICIDAD RENOVABLE



(1) Telefónica Brasil 100% renovable a partir de noviembre de 2018.



Las emisiones de Telefónica sin nuestro plan de energía renovable habrían sido un 80% mayores.

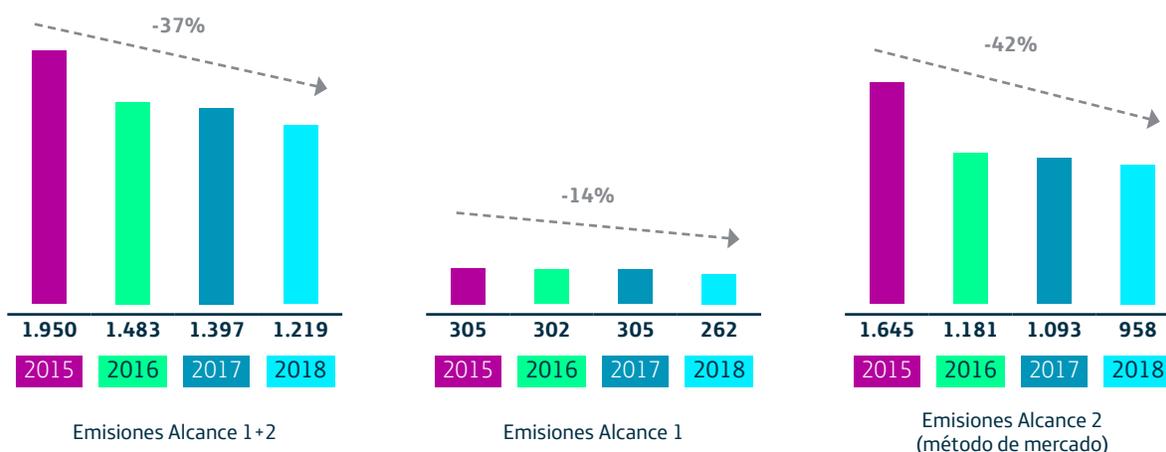
2.2.4.3. Emisiones de CO₂

Calculamos y reducimos anualmente nuestra huella de carbono, tanto las emisiones directas (Alcance 1) derivadas del consumo de combustibles y fugas de gases refrigerantes; como las emisiones indirectas derivadas del consumo eléctrico (Alcance 2); y otras emisiones indirectas, relacionadas con nuestra cadena de valor (Alcance 3). Los Planes de Energía Renovable y Eficiencia Energética son las principales palancas de reducción de emisiones.

Nuestra metodología de cálculo se basa en el Protocolo de GEI y la Norma ISO 14064.

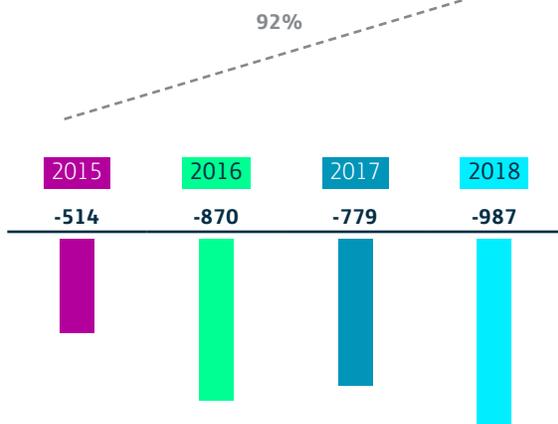
EMISIONES DE TELEFÓNICA (ALCANCES 1+2)

ktCO₂eq



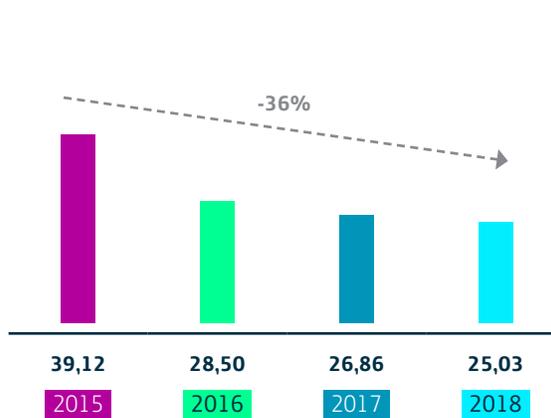
EMISIONES EVITADAS POR CONSUMO DE ENERGÍA RENOVABLE

ktCO₂eq



INTENSIDAD DE EMISIONES (ALCANCES 1+2/INGRESOS)

tCO₂eq/Millones euros

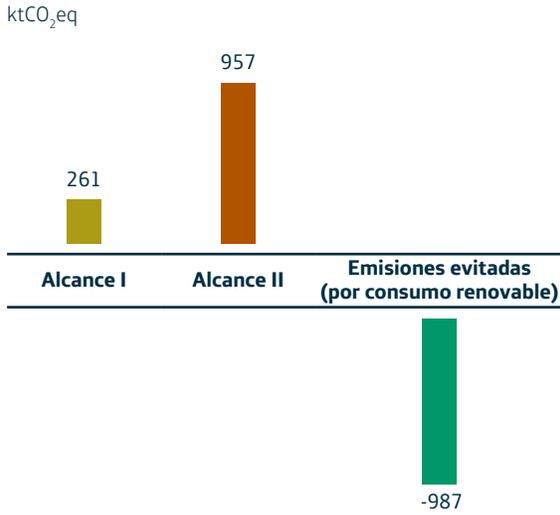


Alcance 1: Nuestras emisiones de Alcance 1, provienen de dos fuentes principales; del consumo de combustible en nuestras líneas de negocio y de las emisiones fugitivas de gases refrigerantes de los equipos de climatización. Las reducimos a través de distintas iniciativas, como la sustitución de generadores de fuel por autogeneración renovable o la eliminación de equipos de refrigeración por *free cooling* o su sustitución por otros con gases refrigerantes de menor potencial de calentamiento. Con estas medidas, hemos logrado disminuir este alcance un 14% respecto a 2015, lo que suponen más de 43.500 toneladas menos de CO₂eq emitidas a la atmósfera al año.

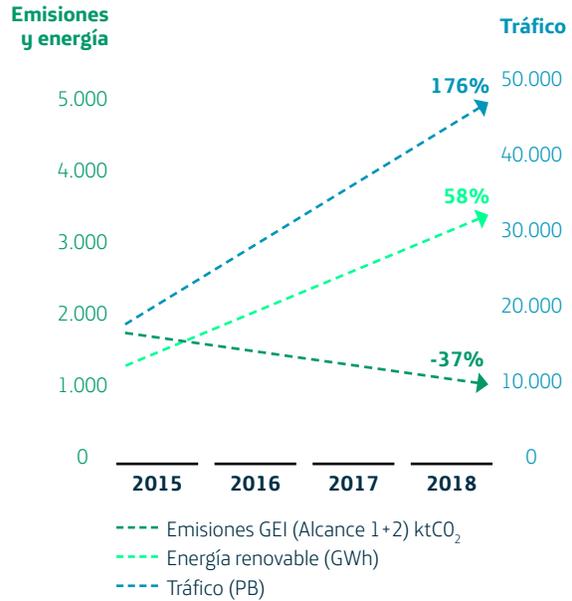
Alcance 2: Las emisiones de Alcance 2, provenientes del consumo eléctrico, son las más relevantes de nuestra actividad. Las acciones que llevamos a cabo para su reducción se basan en la implantación de proyectos de eficiencia energética y en la transición a un mayor consumo de energía renovable. Gracias a ello, en 2018 conseguimos una reducción del 42% de nuestras emisiones de Alcance 2 respecto a 2015, lo que suponen más de 687.000 toneladas de CO₂eq menos al año.

305-1
305-2
305-3
305-4

EMISIONES DE TELEFÓNICA (ALCANCES 1 Y 2)



DESCARBONIZACIÓN DE TELEFÓNICA

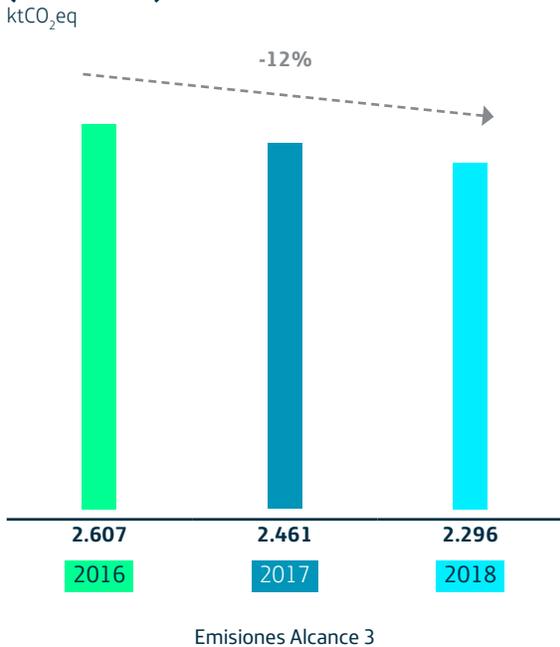


Alcance 3: Las principales emisiones Alcance 3 de nuestra cadena de valor provienen de las categorías relacionadas con las compras que realizamos a nuestra cadena de suministro, y con el uso de productos y servicios que vendemos a nuestros clientes. En 2018, estas emisiones ascendieron a 2.296.042, un 12% menos respecto a 2016.

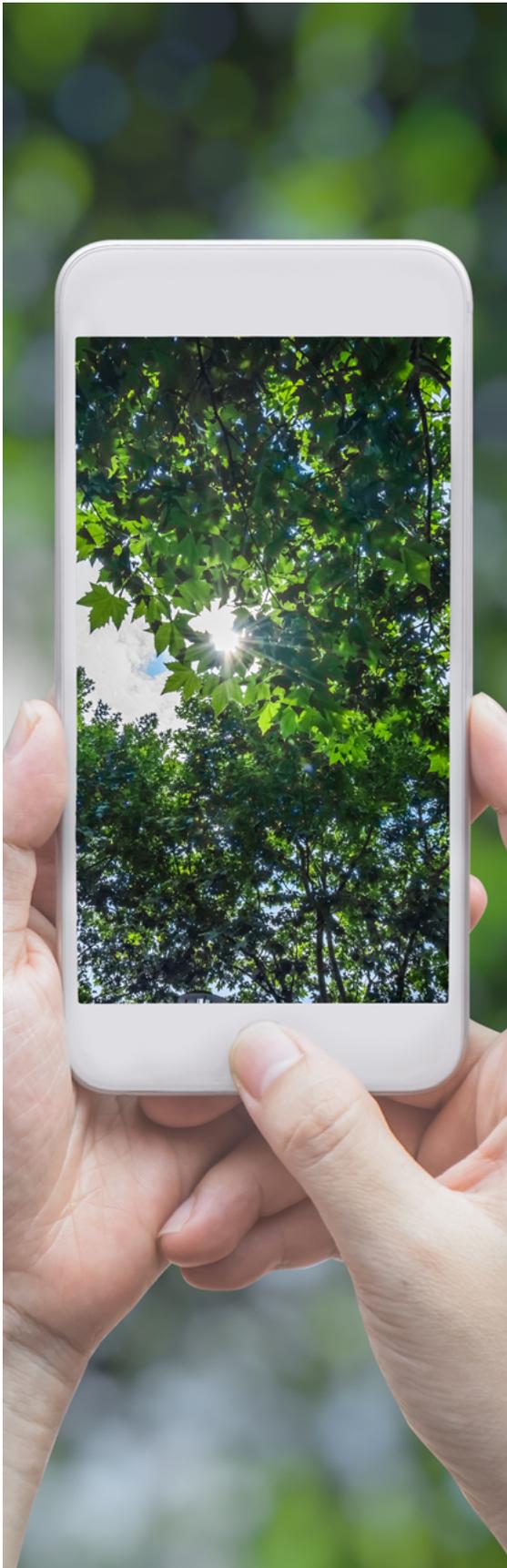
El 68,5% proviene de nuestra cadena de suministro por la compra de productos y servicios, la adquisición de bienes capitales y la generación de energía.

Nuestro objetivo es reducir entre 2016 y 2025, un 30% las emisiones por unidad de producto comprado (categorías 1 y 2 del Alcance 3); y un 25% las emisiones asociadas al ciclo de vida la energía (categoría 3 del Alcance 3).

EMISIONES DE TELEFÓNICA (ALCANCE 3)



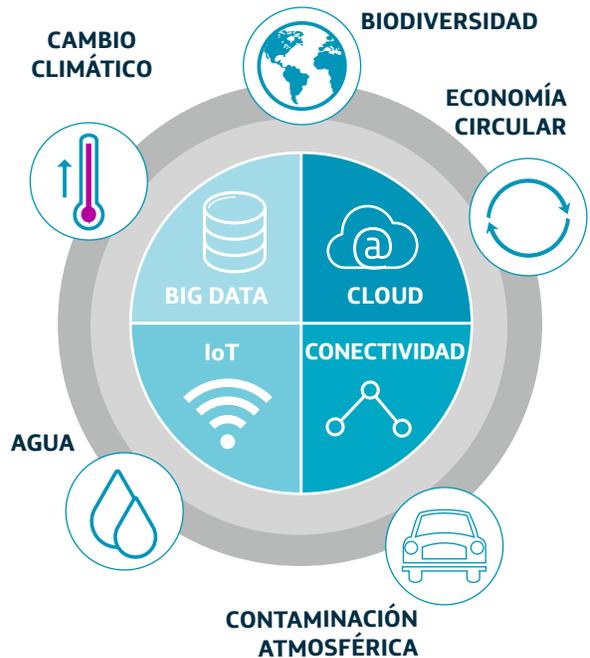
Nuestro objetivo es reducir entre 2016 y 2025, un 30% las emisiones por unidad de producto comprado (categorías 1 y 2 del Alcance 3).



2.2.5. Digitalización y servicios ecosmart

La digitalización y la conectividad son palancas fundamentales para hacer frente a los retos ambientales que afectan al conjunto de la sociedad: cambio climático, escasez de agua, economía circular, contaminación y pérdida de biodiversidad. Esta nueva era digital es una oportunidad para que este proceso de transformación de la economía, las empresas, y la sociedad, se haga ofreciendo soluciones para reducir el impacto en el entorno. Muchos de nuestros servicios ya tienen esta perspectiva integrada.

SOLUCIONES DIGITALES PARA RETOS MEDIOAMBIENTALES



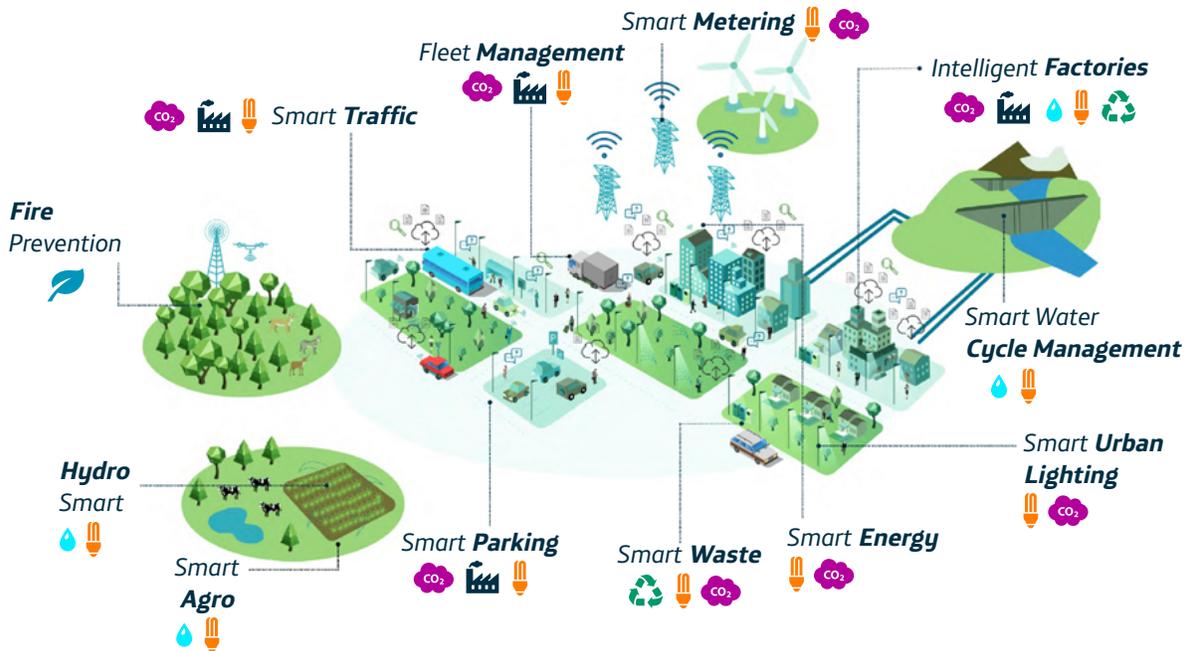
Nuestra estrategia de negocio apuesta por la revolución digital y, por eso, desarrollamos servicios basados en la conectividad, Internet de las Cosas (IoT), Cloud o Big Data. En todos ellos encontramos beneficios ambientales, por ejemplo, con servicios de IoT para hacer un uso más eficiente de recursos como la energía y el agua; con Big Data estamos ayudando a mejorar la planificación del tráfico y la calidad del aire; y con servicios basados en drones y conectividad podemos mejorar la respuesta ante incendios.

Más información, en la web "Green TIC".



Servicios ecosmart

Estamos creando un **mundo más digital** en todas las áreas: personal, hogar, transporte, trabajo, industria, ciudad...



🔦 Energía
🌫️ Emisiones CO₂
💧 Agua
♻️ Reciclaje de residuos
🏭 Emisiones atmosféricas
🌿 Biodiversidad

2.2.5.1. Conectividad

La conectividad es la base sobre la que se sustenta nuestro negocio y productos como banda ancha, fibra y audio/videoconferencias posibilitan nuevas formas de trabajo con menos desplazamientos, lo que permite reducir el consumo de energía, las emisiones de carbono y la contaminación atmosférica.

ya que al conectar activos que consumen energía, es posible adaptar su configuración en tiempo real para que consuman la energía adecuada en cada momento.

Esto se materializa en servicios como:

2.2.5.2. Internet de las Cosas (IoT)

IoT es una palanca de crecimiento global, y dado que Telefónica es líder en conectividad y servicios digitales, el internet de las cosas supone una gran oportunidad. Esta tecnología ofrece múltiples posibilidades, ya que al conectar objetos en tiempo real obtenemos detalle su estado y comportamiento, y podemos aplicarlo en diversos escenarios. Un ejemplo de esto es el de la eficiencia energética,

- » Medidores Inteligentes de energía para nuestros clientes, como el caso de Reino Unido donde Telefónica gestiona 22 millones de hogares con 40 millones de contadores conectados de luz y gas.
- » Solución de optimización de la movilidad, como nuestras soluciones de gestión de flotas, gestión de fuerza de campo en movilidad o *asset tracking*.
- » Soluciones de eficiencia energética para ciudades inteligentes, basadas en la optimización de la iluminación o la optimización de los medios urbanos de movilidad.

- » Soluciones de optimización de energía para empresas, tanto a nivel de factoría como de empresas con gran dispersión geográfica en sedes, como hoteles, bancos o supermercados, entre otros.
- » Soluciones de optimización agraria como *Smart Agro*.
- » Soluciones de coche conectado para el gran consumidor, de cara a optimizar su uso y detectar averías de manera temprana.

IoT es una realidad a nivel comercial, y así se refleja en los ingresos de Telefónica bajo este concepto.

- » IoT crecimiento ingresos interanual: +31,0%.
- » 19.483.000 líneas conectadas: +20,7% a nivel interanual.



Más información, en el apartado "2.7. CASE STUDY FLAGSHIP. La eficiencia energética y el IoT".

2.2.5.3. Big Data

A través del análisis de patrones de movimiento trazados por el uso del móvil, combinados con otros datos abiertos o de sensores IoT, estamos ofreciendo a nuestros clientes servicios con aplicación en el mundo ambiental, como la gestión del transporte en una ciudad o la mejora de la respuesta ante una catástrofe ambiental.

LUCA es nuestra unidad de servicios especializados de Big Data. Su objetivo es ayudar a los clientes en la toma de decisiones, en una gestión más eficiente de los recursos y además, en última instancia, en revertir los beneficios de este caudal de información a la sociedad en su conjunto.

En el mercado, ya hemos lanzado varios servicios *ecosmart* basados en el Big Data como *LUCA Energy* y *LUCA Fleet*. Ambos analizan la información recogida por sensores IoT y ofrecen una capa superior de analítica y de visualización de los datos que impactan directamente en la toma de decisiones, mejoran la planificación y ayudan a reducir el consumo de recursos. Por otro, destacamos *LUCA Transit* como un producto diseñado para optimizar la planificación de infraestructuras y sistemas de transporte a través de un mayor conocimiento de viajeros, horarios y rutas aplicando técnicas de Big

SERVICIOS IOT Y BIG DATA



Soluciones de optimización agraria como *Smart Agro*.



Alumbrado público más eficiente en *Smart Cities*.



Soluciones de eficiencia energética para empresas.



Optimización de la movilidad, gracias a soluciones como la gestión de flotas, gestión de fuerza de campo en movilidad o *asset tracking*.



Data. El resultado es que nuestros clientes optimizan la planificación de infraestructuras y sistemas de transporte para adecuarlas a las necesidades reales de los viajeros con el máximo control presupuestario y la minimización del impacto ambiental.

Además, nuestra unidad de *Big Data for Social Good*, se orienta a emplear los datos para ayudar en el desarrollo de la sociedad, aportando valor y contribuyendo así a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Podemos destacar dos ejemplos en este sentido:

- » **Predicción de la contaminación por dióxido de nitrógeno y estimación de las emisiones en ciudades gracias a los datos de movilidad:** Los medios de transporte que usamos a diario, en particular los vehículos a motor de combustión contribuyen de forma significativa a la contaminación del aire en las ciudades. Es por ello que el uso de Big Data sobre datos de movilidad generados por la red celular es un instrumento que muestra un gran potencial en este sentido. Además, con técnicas de Inteligencia Artificial podemos predecir incluso los niveles de contaminación futuros de forma que las autoridades puedan preparar planes de contingencia adecuados a la [previsión](#). Por otro lado, estos datos también son parte fundamental para la estimación de las emisiones de gases cuyo origen es la movilidad de la [población](#). Estas iniciativas se han pilotado en ciudades como São Paulo (Brasil), Madrid (España) y diversas ubicaciones de Alemania.
- » **Uso del Big Data para reducción de emisiones en el sector ganadero:** Telefónica y la [Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura \(FAO\)](#) suscribieron un

acuerdo en torno al uso del IoT y el Big Data para favorecer el desarrollo de las poblaciones rurales de Latinoamérica. En este contexto se desarrolla una colaboración en torno al proyecto "[Ganadería climáticamente inteligente](#)" en Ecuador. El proyecto está dirigido a proporcionar información y formación a pequeños y medianos ganaderos sobre la manera de mejorar la producción de su ganado a la vez que minimizar el impacto de las emisiones de gases de efecto invernadero de sus explotaciones. Para ello, se están empleando modelos matemáticos y analítica avanzada que permita generar información relevante e individualizada a cada finca ganadera.

2.2.5.4. Cloud

Gracias a nuestros servicios de *hosting* en *Data Center*, contribuimos a la desmaterialización, reduciendo el consumo energético y aumentando al máximo el aprovechamiento del espacio. Todo esto reduce de forma significativa la huella de carbono de nuestros clientes.

En la actualidad, contamos con 11 *Data Center* estratégicos que nos permiten cubrir nuestras necesidades de la manera más eficiente posible. Los principales están situados en España, Brasil, Miami, Chile, Perú y México. Todos cumplen con los principios internacionales Green IT de ecoeficiencia y sostenibilidad y disponen de infraestructuras eléctricas y de climatización que nos permiten reducir aproximadamente un 75% el consumo energético propio de estas infraestructuras. El PUE medio de los principales *Data Center* se reduce año a año, en 2018 fue de 1,72.

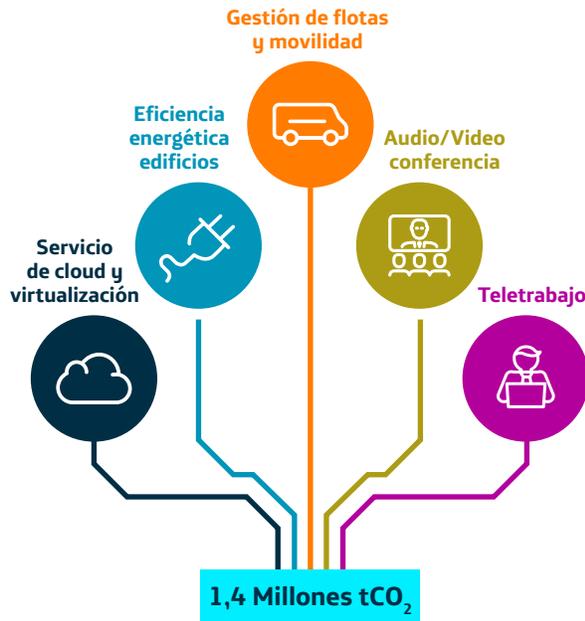
2.2.5.5. Emisiones evitadas por nuestros servicios - Impacto neto positivo

Como conclusión, a través de nuestros servicios, desde la conectividad y el cloud, a los servicios de IoT o Big Data, tenemos la capacidad de reducir las emisiones de carbono de otros sectores y aumentar la resiliencia al cambio climático de las sociedades donde operamos.

Gracias a los servicios de IoT para gestión de flotas y energía de edificios; video/audio conferencias, cloud y conectividad para fomentar el teletrabajo en 2018 evitamos en nuestros clientes la generación de 1,4 millones de toneladas de CO₂.

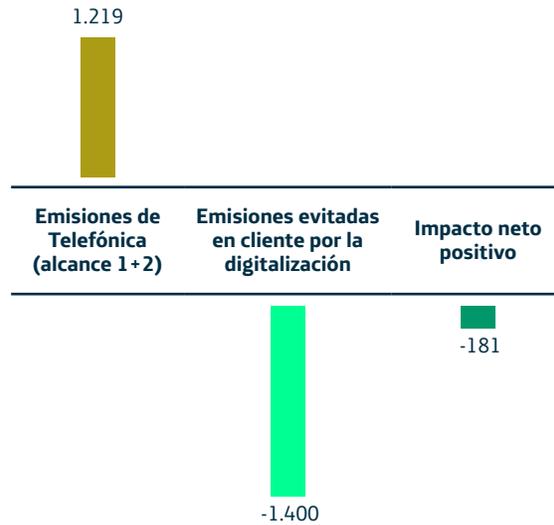
Nuestros servicios evitaron 1,2 veces las emisiones que generamos, es decir, por cada tonelada de emitíó Telefónica en su actividad fuimos capaces de evitar 1,2 toneladas en nuestros clientes. Evitamos más de 180 mil toneladas de CO₂, generando así impacto neto positivo en el planeta.

EMISIONES EVITADAS EN CLIENTE POR LA DIGITALIZACIÓN



IMPACTO NETO POSITIVO

ktCO₂



Nuestro objetivo es generar un impacto positivo mayor, en 2025 por cada tonelada de CO₂ que emita Telefónica evitaremos 10 toneladas de CO₂ a la atmósfera a través de nuestros servicios.



2.2.6. Hitos y retos

Nuestros principales logros en 2018 fueron:

- » Lanzamos nuestro primer Marco de Financiación Sostenible de Telefónica
- » 99,4% empresa certificada bajo la nueva norma ISO 14001:2015.
- » Consumimos electricidad 100% renovable en Europa y Brasil⁽¹⁾, 58% a nivel global.
- » Adelantamos 2 años el cumplimiento de los objetivos de energía y emisiones de 2020.
- » Reducimos nuestras emisiones de carbono un 37% respecto a 2015.
- » Con nuestros servicios evitamos más de 1,4 millones de tCO₂, 1,2 veces nuestra huella de carbono.
- » Reducimos un 64% nuestro consumo de energía por unidad de tráfico respecto a 2015.
- » Hemos sido reconocidos con la máxima clasificación "A" en el CDP *Climate Change*.
- » Fijamos objetivos de reducción en nuestras emisiones de Alcance 3.
- » Firmamos un PPA en México para el 40% de la electricidad consumida.
- » Generamos un 4% menos de residuos y reciclamos el 97%.

Los retos más significativos que tenemos por delante son:

- » Evitar 10 toneladas de CO₂ por cada tonelada que emitamos en 2025.
- » Reducir las emisiones de CO₂ en nuestra cadena de suministro un 30% por euro comprado a 2025 respecto a 2016.
- » Consumir electricidad 100% renovable en 2030.
- » Reducir nuestras emisiones de CO₂ (alcances 1+2) un 50% en 2030.
- » Extender la digitalización de la gestión de nuestros residuos (GrTeL) a todas las operaciones.
- » Firmar un acuerdo PPA en España y Argentina.
- » Impulsar el desarrollo de soluciones tecnológicas que fomenten la revolución hacia la economía circular.

(1) Telefónica Brasil 100% electricidad renovable desde noviembre 2018.

2.2.7. Principales indicadores

DESEMPEÑO AMBIENTAL	2015	2016	2017	2018	2015-2018
Total residuos generados (t)	25.896	23.507	27.536	26.295	1,5%
Residuos Reciclados (%)	97,0%	97,0%	97,0%	97,0%	0,0%
Equipos reutilizados (t)	289	1.408	1.242	2.220	668%
Consumo de agua (Hm3)	3,93	3,75	3,74	4,06	4,0%
Consumo total de energía (MWh)	7.157.309	6.993.722	7.042.619	7.136.772	-0,3%
Electricidad (MWh)	6.724.081	6.493.117	6.581.361	6.668.881	-0,8%
Energía proveniente de fuentes renovables (%)	20,5%	46,0%	46,9%	58,0%	n/a
Tráfico gestionado total anual (PB)	17.235	25.716	35.708	47.500	176%
Eficiencia energética (MWh/PB)	415	272	197	150	-64,0%
Emisiones Alcance 1 (tCO ₂ e)	304.857	301.999	304.811	261.364	-14,0%
Emisiones Alcance 2 (basado en método de mercado) (tCO ₂ e)	1.644.802	1.180.803	1.092.179	957.459	-42,0%
Alcance 3 (tCO ₂ e)	n.d.	2.606.625	2.460.656	2.296.042	-12,0%
Emisiones evitadas por consumo energía renovable (tCO ₂ e)	514.429	869.742	779.085	987.447	92%
Intensidad de emisiones (alcance 1+2/ingresos) (tCO ₂ e/M€)	39,12	28,5	26,86	25,03	-36,0%





2.3. Implicados en el bienestar social

En Telefónica creemos en un mundo sostenible, en el sentido más amplio: socialmente justo, medioambientalmente seguro, económicamente próspero, inclusivo y más predecible. Es por eso que estamos completamente implicados en el bienestar social de todos los países donde operamos. No solamente tenemos un impacto en PIB, en el empleo y en el medioambiente positivo

Más información, en la sección "1.4. Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal" y "2.2. Digitalización y Medioambiente".

sino que trabajamos para que el equipo humano de Telefónica tenga un entorno cada vez más diverso, inclusivo, y flexible.

Más información, en la sección "2.4. Nuestro equipo marca la diferencia".

De la misma manera nuestros aliados son parte clave de nuestro negocio y por eso velamos por que juntos alcancemos unos elevados estándares de gestión social y ambiental, impulsando el respeto por los derechos humanos.

Más información, en la sección "2.5. Los proveedores, nuestros aliados".

Además, somos conscientes de la influencia y el compromiso que Telefónica tiene y debe tener en el fomento del conocimiento, la cultura y la solidaridad en las comunidades en que estamos presentes. Por ello, formamos parte activa de la vida social y cultural de quienes viven en ellas.

2.3.1. Seguridad, salud y bienestar

La seguridad y salud en el trabajo es un concepto que ha crecido y cambiado con la sociedad y ahora la salud la entendemos como un estado de completo bienestar físico, mental y social en armonía con el medioambiente.

Por ello, en Telefónica integramos dichos conceptos, asumiéndolos como compromisos hacia nuestros empleados, sus familias y la comunidad, y así lo establecen los [Principios de Negocio Responsable de Telefónica](#) y lo recoge la **"Política Global en materia de Seguridad, Salud y Bienestar de nuestros empleados, nuestra cadena de suministro y socios"** aprobada en 2018. Así mismo, todos los convenios colectivos integran cláusulas de seguridad y salud laboral adaptadas a la legislación local.

2.3.1.1. Prevención de incidentes de trabajo y enfermedades profesionales

Establecemos procedimientos para identificar los peligros y evaluar los riesgos con el fin de prevenir incidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Velamos por el cumplimiento de los requisitos legales vigentes en cada país, así como adoptar de forma complementaria y conforme al principio de prevención, otros requisitos en base a la normativa local o a estándares internacionales. Para ello fomentamos la implementación de un **Sistema de Gestión de Seguridad, Salud y Bienestar** en todas las operaciones. El 85% de las operadoras de Telefónica contemplan un sistema de gestión de Seguridad, Salud y Bienestar, basado en el nuevo estándar ISO 45001. En más de un 50% de los países en los que trabajamos hemos certificado este sistema y nuestro plan de trabajo contempla su implementación en el resto de las operadoras.

Entre las actividades profesionales que se realizan dentro de la Compañía no se percibe una especial incidencia o riesgo a sufrir enfermedades profesionales. Durante 2018 se han producido dos accidentes mortales, de dos varones, uno en Argentina y otro en Brasil.

La formación en seguridad y salud se ha fortalecido a través de la herramienta global online *SuccessFactors*



que ofrece formación en varios idiomas atendiendo al riesgo asociado a su puesto de trabajo.

 Más información, en la sección "2.4.6. Principales indicadores" en la tabla de "Indicadores de Seguridad y Salud Laboral".

2.3.1.2. Representatividad y participación de los trabajadores

Promovemos la información, participación y consulta de los empleados y demás partes interesadas, para garantizar entornos de trabajo seguros y saludables. La representación de los trabajadores en comités paritarios de seguridad y salud es el modelo establecido en los diferentes países en los que estamos presentes. Estos comités locales nos permiten la puesta en práctica y consolidación de los objetivos establecidos en materia de seguridad y salud, mediante un continuo análisis y seguimiento de la actividad preventiva programada.

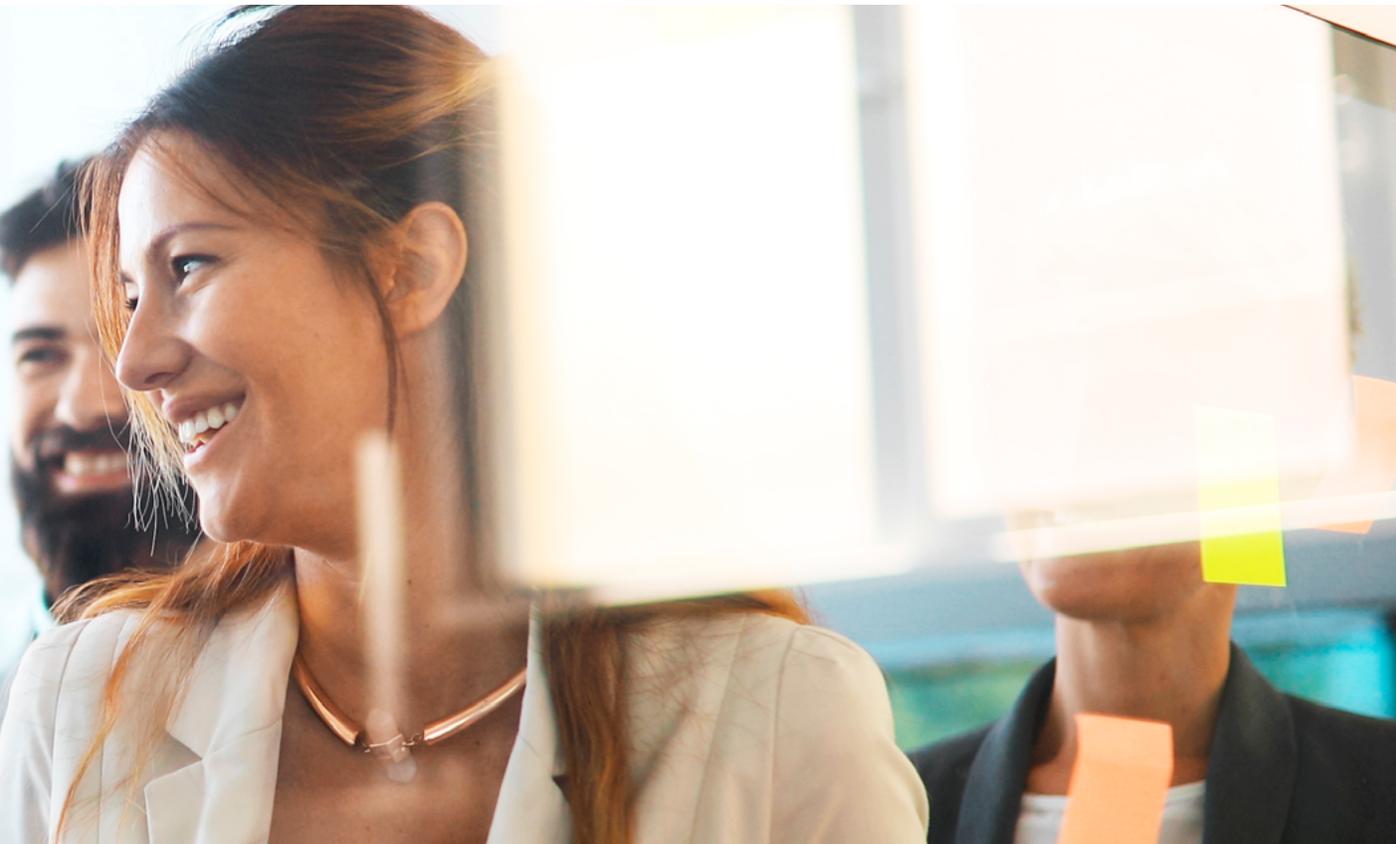
En 2018 contábamos con **aproximadamente 222 comités, que representan a más del 87% de los**

empleados de la Compañía. Nuestro objetivo global en 2019 es alcanzar un 100% de representación de nuestros empleados.

2.3.1.3. Cultura que vela por la salud mental

Nuestro compromiso es promover el bienestar y el entorno psicosocial en el lugar de trabajo para reducir el estrés emocional o mental. En base a este compromiso Telefónica implantó un **Sistema de Excelencia Empresarial Saludable**, respaldado por el Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo. En este sistema el componente psicosocial ha ido adquiriendo cada vez más relevancia ya que nos ha ayudado a identificar el grado de estrés al que se enfrentan los empleados en su lugar de trabajo.

Durante el 2018 la metodología utilizada para su valoración se mejoró introduciendo la colaboración de psicólogos externos que además de facilitar apoyo profesional en la valoración de los resultados de la evaluación de riesgos ayudaron en el desarrollo de



soluciones prácticas para abordar las cuestiones del estrés relacionado con el trabajo.

Asimismo, hemos establecido formas de apoyo al empleado que, además de establecer mecanismos para pedir ayuda, incluyan el acceso a expertos médicos. Los empleados tienen acceso a distintos programas de formación, que tratan temas como: gestión del tiempo, manejo del estrés, estilo de liderazgo o toma de decisiones.

El "Sistema de Excelencia Empresarial Saludable" se audita internamente todos los años y se presentan los resultados al Comité de Seguridad y Salud.

Para respaldar el compromiso de Telefónica con la promoción de un entorno laboral saludable, cada dos años se contrata a una empresa externa para que audite su progreso en la implementación de este sistema y certifique que están siguiendo el modelo. El entorno psicosocial de trabajo es uno de los indicadores de desempeño que Telefónica se ha comprometido, públicamente, a abordar. La renovación del certificado de este sistema se llevó a cabo durante 2018.

2.3.1.4. Cultura de Bienestar "Feel Good"

Definimos estrategias que fomenten una cultura de bienestar con iniciativas en todos los niveles de la organización. Contamos con el programa de Bienestar Corporativo *Feel Good* que busca generar un impacto positivo en el bienestar y la motivación de los empleados.

Desde 2015, **contamos en la Compañía con más de 100 iniciativas anuales en torno a los cuatro ejes del programa: actividad física, nutrición, salud, y la persona** (bienestar emocional). Los principales objetivos de *Feel Good* son crear hábitos de alimentación saludable y dar herramientas para poder tomar mejores decisiones respecto a la alimentación, activar el movimiento como fuente de bienestar, desde pequeños ejercicios o paseos a grandes retos deportivos. Además, de contar con programas de bienestar emocional y liderazgo personal y de fomentar la prevención de enfermedades y detección precoz con conferencias, consejos prácticos.

2.3.1.5. Desconectar para Reconectar

En Telefónica, pensamos que son las personas las que dan sentido a la tecnología y no al revés. Creemos en el enorme potencial que la tecnología brinda a las personas, a las empresas y a la sociedad. Pero también, somos conscientes de que esta revolución digital, trae consigo incertidumbres que nos hacen preguntarnos por el papel de la tecnología en nuestras vidas. Por eso queremos fomentar las conexiones de calidad, seguras, que nos hacen más abiertos y que podemos controlar, haciéndonos dueños de nuestras decisiones y de nuestra vida digital.

Por ello, hemos definido una estrategia global basada en la promoción del uso responsable e inteligente de Internet y de los dispositivos conectados en todos los ámbitos de nuestra vida, pero haciendo especial hincapié en la protección de los colectivos más vulnerables y en el derecho a la desconexión.

De la misma manera, entendemos que las relaciones laborales se basan en buscar el bienestar común, es por esto, que creemos imprescindible mirar a nuestro alrededor y detectar las formas en que podemos mejorar la vida de nuestros trabajadores.

En esta búsqueda, hemos entendido que, si bien la tecnología mejora nuestra vida en muchos aspectos, también nos expone a algunos riesgos no menores. Por ello, creemos necesario que nuestros trabajadores puedan desconectarse y crear hábitos saludables, dotándoles de herramientas para desarrollar su propio bienestar digital. El compromiso de Telefónica con la desconexión digital de sus profesionales se ha materializado en un acuerdo firmado por el Presidente de la Compañía junto con las organizaciones sindicales mayoritarias en España (UGT y CCOO).

Mediante este acuerdo, nos comprometemos a impulsar medidas para potenciar el respeto al tiempo de descanso de los trabajadores, una vez finalizada la jornada laboral, reconociendo el derecho a la desconexión digital como elemento fundamental para lograr una mejor ordenación del tiempo de trabajo en aras del respeto de la vida privada y familiar y, en definitiva, de la calidad de vida y salud de los empleados.

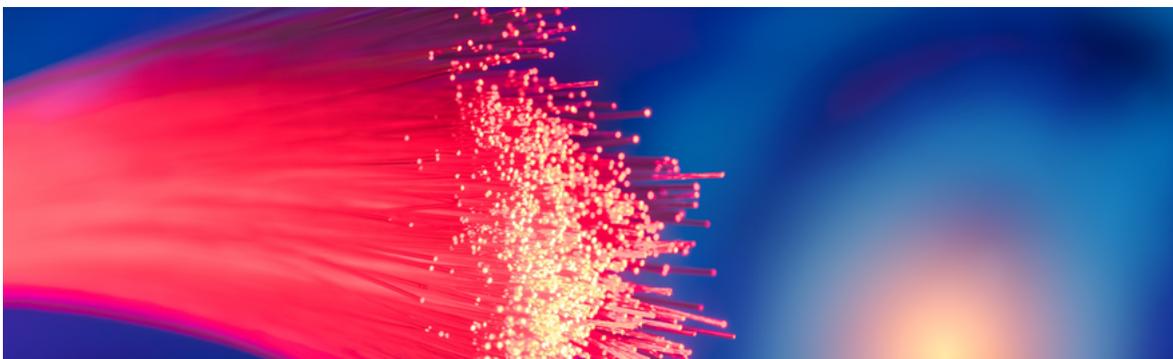
El compromiso con la desconexión digital será extensivo a todos los países donde Telefónica tiene actividad. Durante 2019 se llevará como anexo al acuerdo Marco Internacional que tenemos firmado con la [UNI](#), una declaración de principios en favor de la desconexión digital que pretende afianzar aún más la importancia de este tema a nivel global. Asimismo, se va a implementar una política para cada una de empresas de Telefónica en España la que, a su vez, va a servir de guía para otros países del Grupo que quisieran en el futuro hacerla propia.

2.3.1.6. Nuestros productos y servicios son seguros

Telefónica realiza un trabajo minucioso para garantizar la seguridad, buen funcionamiento (con sus implicaciones en seguridad), accesibilidad y trazabilidad de los productos.

Aplicamos los protocolos requeridos para asegurar que el 100% de los servicios y productos que se comercializan cumplan con los estándares internacionales y con la legislación de cada país. Estos certificados afectan de una forma u otra a la seguridad, a la calidad y a la experiencia de usuario de los clientes.

Durante el año 2018 no se han levantado en ningún país incumplimientos de estas normativas.



2.3.1.7. Nuestros colaboradores y socios

Fomentamos las mejores prácticas en materia de seguridad, salud y bienestar en el trabajo, en nuestra cadena de suministro y con nuestros socios.

Muestra de ello es el “Proyecto Aliados” donde se realizan auditorías de seguridad y salud en el trabajo que se complementan con reuniones con las empresas contratistas. En ellas se realiza el seguimiento y análisis de sus resultados de prevención.

Asimismo, en España durante 2018 se ha implementado el “Procedimiento de Coordinación de Actividades Empresariales” que articula toda la coordinación de actividades preventivas tanto para las empresas colaboradoras como para las propias empresas de Telefónica. Este procedimiento ayuda a planificar cuidadosamente la coordinación, evitando fallos e improvisaciones. Permite agilizar y asegurar el conocimiento y cumplimiento de todas las actuaciones que se deben llevar a cabo de acuerdo con la normativa y garantizar las medidas de prevención necesarias para todos trabajadores.

operamos estas medidas son auditadas y están a disposición del público.

Además, todos los terminales y equipos que ofrecen nuestro servicio cumplen los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (*Specific Absorption Rate*). Parámetro establecido por los organismos reguladores y diversas agencias de salud debidamente facultadas para este propósito.

En Telefónica hacemos seguimiento de todos los resultados científicos en todos los campos y en todos los grupos de población, especialmente en niños, personas embarazadas y colectivos más sensibles. Es uno de nuestros retos embarcarnos en la quinta generación tecnológica y asegurarnos que ésta sea segura.

Telefónica colabora con su *expertise* activamente con las instituciones, con los ciudadanos, empresas, administraciones públicas y, en general, con la sociedad para impulsar las máximas garantía de seguridad y la percepción más científica y objetiva posible sobre el conocimiento acerca de los campos electromagnéticos.

2.3.1.8. Campos Electromagnéticos

a) Cumplimos los límites internacionales reconocidos.

Durante 2018, todas las mediciones que hemos efectuado en nuestras estaciones base siempre han estado por debajo de los niveles reconocidos por las principales organizaciones de estandarización y normalización del mundo como la [UIT \(International Union of Telecommunication\)](#), la [ICNIRP \(International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection\)](#) entre otras. En la mayoría de los países en los que

b) Cooperamos con la investigación: aumentamos nuestro conocimiento

La investigación científica en este campo es un tema prioritario para la Organización Mundial de la Salud en su agenda de investigación. De la misma manera el programa de investigación de la Unión Europea contempla distintos proyectos en este ámbito con el objeto de dar respuesta a los posibles efectos sobre la salud de los campos electromagnéticos. En Telefónica seguimos de cerca estos proyectos y colaboramos directamente con algunos de ellos: [Gerónimo](#), [COSMOS](#), [Arimmora](#).



c) Dialogamos con la Comunidades

En Telefónica contamos con un Manual de Buenas Prácticas que recoge todas aquellas iniciativas llevadas a cabo dentro del grupo en los distintos países en los que operamos con el objeto de servir de guía a todos nuestros equipos. Todas estas prácticas tienen en común establecer una correcta relación con aquellas comunidades a las que vamos a dar servicio, la mayoría de las veces, a través de nuestros interlocutores institucionales. En el Manual hemos agrupado nuestros casos de éxito en los siguientes apartados: Dialogamos con las comunidades, colaboramos con las instituciones, cooperamos con la investigación, comprometidos con otros colectivos y sensibilizando a nuestros empleados. Es un documento que se puede consultar en la [página Web de Telefónica](#).



En Telefónica Ecuador, contamos con una efectividad del 100% durante los dos últimos años en la resolución de conflictos. Este proyecto ha servido de guía en otras operaciones, como Telefónica México. Esta operación ha desarrollado e implementado un procedimiento interno que establece los distintos pasos a seguir para una coordinación óptima en la respuesta a las Comunidades.

d) Sensibilizando a nuestros empleados

Como todos los años hemos celebrado nuestro workshop sobre Campos electromagnéticos y salud. Este año hemos contado con la colaboración, de nuevo, de la [ICNIRP \(International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection\)](#), y nos hemos centrado en el nuevo estándar tecnológico, la conocida 5G.

Creemos que informar es fundamental para que la sociedad supere los mitos relacionados con los campos electromagnéticos y entienda el funcionamiento de las telecomunicaciones. Por ello, ponemos a su disposición [enlaces de interés](#), [información de expertos](#) en la materia y [preguntas frecuentes](#) que actualizamos periódicamente.

Todos los empleados de Telefónica tienen acceso, a través de la herramienta de formación online SSFF, al curso "**Telecomunicaciones móviles y la Sociedad**". El curso comprende cuatro módulos en el que se explican los fundamentos técnicos de la telefonía móvil, cómo se establecen los límites de exposición y cumplimos las diferentes normativas, y cuáles son las novedades entorno a los campos electromagnéticos. Este curso forma parte del pack de bienvenida en la mayoría de las operadoras.

2.3.2. Educación

La velocidad del cambio generado por la tecnología está afectando a todos los retos de la actualidad pero también ofrece nuevas oportunidades. Así, la educación se convierte en una herramienta al alcance de muchos y en una pieza clave para reducir la brecha digital. La educación digital debe abarcar todas las etapas del aprendizaje e incorporarlo en el día a día porque en esta nueva sociedad no es posible dejar de aprender.

Desde [Telefónica Educación Digital](#) impulsamos la educación digital como motor de desarrollo a través de diversas iniciativas que ya son una realidad, apostando por una formación de calidad para todos y sin barreras. Contamos con distintos programas:

Miríada X, primera plataforma iberoamericana de MOOCs: Dispone de una biblioteca de más de 1.000 cursos procedentes de más de 100 universidades e instituciones iberoamericanas y un claustro formado por más de 2.000 docentes, acumulando más de 5.690.000 alumnos inscritos.



Scolartic, comunidad educativa online para docentes: Su objetivo es empoderar a las escuelas y a los docentes como motores del cambio necesario, en la transformación de la educación del siglo XXI. Cuenta con 706.624 profesores, educadores y padres los cuales han realizado 3.232.557 horas formativas sobre las últimas tendencias educativas internacionales.

Stembyme, un entorno lúdico y de aprendizaje para niños y jóvenes iberoamericanos de 14 a 18 años, cuyo objetivo es impulsar el desarrollo de sus competencias científicas, a través de la educación digital, la experimentación y el apoyo. A finales de 2018 contaba con un total de 439.406 usuarios que realizaron 1.432.648 horas formativas.

Instituto Tecnológico Telefónica: Creado en 2017, su objetivo es fomentar la formación profesional online oficial e impulsar las nuevas profesiones digitales. Cuenta con dos ciclos formativos de Grado Superior de Formación Profesional y títulos propios en formato presencial.

2.3.3. Acción social

La mayor parte de nuestra acción social se lleva desde la [Fundación Telefónica](#), [ATAM](#) o [Fundación Profuturo](#), así como a través de diferentes patrocinios sociales de la Compañía.

2.3.3.1. Fundación Telefónica

Se trata de un conjunto de fundaciones privadas de carácter permanente y sin ánimo de lucro, constituidas en la mayoría de los países en los que estamos presentes. A través de la [Fundación Telefónica](#) llevamos a cabo nuestra acción social con el objetivo de contribuir al desarrollo de las sociedades en las que operamos.

En cumplimiento del compromiso irrevocable adquirido en 2015 por parte de Telefónica de aportar a Fundación Telefónica la cantidad total de 325 millones de euros, durante el ejercicio 2018 se han realizado pagos en efectivo por importe de 94 millones de euros y aportaciones en especie por un valor de 2 millones de euros. El saldo pendiente de pago al 31 de diciembre de 2018 asciende a 49 millones de euros⁽¹⁾.

Fundación Telefónica trabaja por ser **un actor relevante en el desarrollo del ámbito social de la transformación digital**. Desde hace 20 años, contribuye a hacer posible un mundo digital y solidario y busca mejorar las oportunidades de desarrollo de las personas, a través de proyectos educativos, sociales y culturales.

Proyectos de inclusión digital, como ProFuturo, presente en Latinoamérica, Asia y África, o proyectos de innovación educativa, como [Enlighted](#), son buen ejemplo del esfuerzo que hace esta institución en el ámbito educativo.



La empleabilidad es otra área de acción de Fundación Telefónica. 2018 ha sido el año de consolidación del programa **“Conecta Empleo”** en España, que ayuda a los jóvenes gracias a la inteligencia artificial a encontrar las oportunidades laborales más demandadas en el ámbito tecnológico en tiempo real y formarse en esos perfiles. Ofrece además cursos gratuitos, tanto *online* como presenciales y, a través de un orientador profesional virtual, asesora al usuario que busca su trabajo digital.

La divulgación de la cultura es otro de los ejes fundamentales de la acción de la Fundación, con el **“Espacio Fundación Telefónica”** como escenario principal, aunque no único. Madrid, Buenos Aires, Lima, Santiago de Chile y Quito cuentan todas con sede de este espacio de debate, intercambio de ideas, formación, arte y tecnología. Casi un millón de personas pasaron por el espacio de Madrid en 2018. Esta actividad se complementa con talleres para toda la familia y eventos que abordan las temáticas más variadas. Además Fundación mantiene una línea editorial de publicaciones e investigación en comunicación y sociedad digital, de entre las que destacan la revista TELOS y el Informe de la Sociedad Digital en España (sdIE).

Ya sea en el ámbito de la empleabilidad, el voluntariado, la educación o la cultura, Fundación Telefónica desarrolla proyectos con alma digital, proyectos con vocación global, proyectos inclusivos, proyectos para todos.

2.3.3.2. Fundación Profuturo

Reducir las desigualdades en el mundo es uno de nuestros principales objetivos sociales. En Telefónica creemos que la educación es el instrumento más poderoso para reducir la desigualdad y construir las bases para un crecimiento sostenible a nivel mundial. Para lograrlo, en 2016 la Fundación Telefónica se alió con la [Fundación Bancaria “la Caixa”](#) para crear la [Fundación ProFuturo](#).

Esta nueva propuesta de educación digital busca contribuir a cerrar la brecha educativa, a través de una educación digital de calidad a niños y niñas, así como formación docente, en entornos vulnerables de África, América Latina y Asia. Tiene como objetivo favorecer a diez millones de niños para 2020, aspirando a convertirse en un referente en el ámbito de la transformación e innovación educativas, con el uso de la analítica de datos para mejorar la enseñanza y el aprendizaje.

ProFuturo ofrece una solución de educación integral que permite al docente seguir progresando en su labor profesional y gestionar su aula, mejorando el aprendizaje. Además, nos adaptamos a los contextos y perfil de los docentes y entorno, independientemente de que exista conectividad o no.

2.3.3.3. Voluntariado⁽¹⁾

La tecnología se ha consolidado en 2018 como un aliado perfecto para el crecimiento del programa “Voluntarios Telefónica”, **aumentando el número de beneficiarios en más de 485.000, lo que supone más de un 52% respecto al año anterior.** El protagonismo del voluntariado digital se refleja, además, en que ya supone un 47% del conjunto del programa.

En total se han desarrollado 1.080 actividades en ámbitos como la educación y la infancia, la inclusión social, la brecha digital, la atención a las personas con discapacidad, el cuidado del medioambiente, el apoyo a los damnificados por desastres naturales, la empleabilidad o el emprendimiento.

Se ha celebrado la primera edición de los “Premios Fundación Telefónica al Voluntariado”, que ha obtenido reconocimientos externos como los de “Actualidad Económica” (El Mundo) y “Expansión” al Voluntariado Digital de Telefónica como “una de las 100 mejores ideas del año”. Fueron más los participantes voluntarios 2018, hasta los 41.800

en 31 países, pero, sobre todo, se ha incrementado el ratio de beneficiarios por voluntario, resultados de una clara visión social en el proceso global de transformación digital liderado por Telefónica.

2.3.3.4. ATAM (Asociación Telefónica para Asistencia a Minusválidos)

Atam es la asociación de Telefónica cuyo objetivo es apoyar a las personas con discapacidad. Con una inversión anual en 2018 de cerca de los 8 millones de euros, se trata de una organización de apoyo mutuo y colaborativa.

Es una entidad constituida hace más de 40 años, sin ánimo de lucro y declarada de Utilidad Pública. Se configura como un Sistema de Protección Social ante situaciones de discapacidad y/o dependencia.

Su principal misión es promover el empoderamiento de las personas en su día a día, desde los principios de apoyo mutuo, igualdad de oportunidades y accesibilidad universal. Además, ayuda a proporcionar soluciones a las familias ante circunstancias derivadas de la discapacidad y la dependencia.



(1) Los datos de voluntariado están en proceso de verificación externa.

Colaboración con otras asociaciones:

Telefónica colabora con asociaciones y otras organizaciones que impactan directamente en nuestro sector y grupos de interés. Destacan:

	AECA , institución emisora de principios y normas de contabilidades generalmente aceptadas y estudio sobre buenas prácticas empresariales.
	AENOR , entidad española, desarrolla actividades de normalización y certificación (N+C) para mejorar la calidad en las empresas y el bienestar de la sociedad.
	Asociación Española para las Relaciones con Inversores , tiene como objetivo la promoción de las relaciones con inversores de las compañías cotizadas en bolsa.
	ASIET , asociación conformada por las principales operadoras de telecomunicaciones en Latinoamérica.
	Broadband Forum , organización industrial sin fines de lucro centrada en mejorar las redes de banda ancha para que sean más rápidas e inteligentes.
	Business Europe es una organización patronal europea creada por organizaciones nacionales y que actualmente representa a 40 organizaciones de 34 países.
	CDP es una organización sin fines de lucro que dirige el sistema de divulgación global para inversores, empresas, ciudades, estados y regiones a fin de gestionar su impacto en el medioambiente.
	CEOE , institución representativa de los empresarios españoles.
	Comisión Europea (CE) , institución que encarna la rama ejecutiva del poder comunitario.
	CAF , banco de desarrollo conformado por 19 países y 14 bancos privados de la región.
	Confederación Estatal de Personas Sordas (CNSE) , defiende los intereses de las personas con discapacidad auditiva y sus familias.
	Corporate Excellence , centro de conocimiento integrado por las principales corporaciones españolas, aspira a convertirse en una referencia técnica en la gestión de intangibles y sostenibilidad.
	ERT , foro informal que reúne hasta 50 directores ejecutivos y presidentes de las principales empresas multinacionales de filiación europea.
	ETNO , es la asociación que engloba a los principales operadores europeos.
	ETSI , el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones.
	FAO , organismo especializado de la ONU que dirige las actividades internacionales encaminadas a erradicar el hambre.
	Red Global de Aprendizaje (GAN) , alianza empresarial impulsada con el objetivo general de fomentar y vincular las iniciativas empresariales con las habilidades y oportunidades de empleo para los jóvenes.
	Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) , iniciativa internacional que promueve implementar diez principios universalmente aceptados en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción.
	Global Network Initiative (GNI) , organización no gubernamental para la censura en Internet por gobiernos autoritarios y la protección de la privacidad en Internet y los derechos de los individuos.
	Global Reporting Initiative (GRI) , organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.



Grupo español de crecimiento verde, asociación que tiene como objetivo afrontar los retos medioambientales mediante la colaboración público-privada.



GSMA, representa los intereses de las operadoras móviles a nivel mundial.



ICT Coalition, trabaja por el desarrollo de productos y servicios que aborden el reto de la seguridad de los menores en el mundo online.



Banco Interamericano de Desarrollo (IDB), apoya los esfuerzos de Latinoamérica y el Caribe para reducir la pobreza y la desigualdad.



Internet Watch Foundation, ONG que localiza y reporta imágenes de abuso sexual a menores a nivel global.



UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones), es el organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).



OCDE, organización que promueve políticas para mejorar el bienestar económico y social de las personas en todo el mundo.



Fundación ONCE, organización dedicada a la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad.



ONU Mujeres, es la organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.



Organización de las Naciones Unidas, fundada por 51 países que se comprometieron a mantener la paz y la seguridad internacionales y promover el progreso social, la mejora del nivel de vida y los derechos humanos.



RE100, iniciativa mundial para implicar, apoyar y destacar a las grandes empresas que se han comprometido a utilizar un 100% de energía renovable, dando ejemplo de liderazgo en la lucha contra el cambio climático y desarrollo de una economía baja en carbono.



Red Peruana contra la Pornografía Infantil (RCPI) está formada para luchar contra la explotación sexual infantil, especialmente en el ámbito de Internet.



Spainsif, asociación sin ánimo de lucro constituida por todo tipo de entidades interesadas en la promoción de la actividad económica sostenible.



Telecommunications Industry Dialogue, organización que aglutina a operadoras para fomentar la libertad de expresión y el respeto a la privacidad en el sector de las telecomunicaciones.



Banco Mundial, recurso vital de asistencia financiera y técnica para los países en desarrollo de todo el mundo.



UNICEF, agencia de la ONU que trabaja para defender los derechos de la infancia.



Responsible Business Alliance, es la mayor coalición de la industria dedicada a la responsabilidad social de las empresas en las cadenas de suministro globales.



Public Private Alliance for Responsible Minerals Trade, iniciativa multisectorial para buscar soluciones en la cadena de suministro, para los desafíos de los minerales en conflicto en la República Democrática del Congo (RDC) y la Región de los Grandes Lagos (RPL) de África Central.



Federación de Asociaciones de Personas Sordociegas de España (FASOCIDE), que asume la representación y defensa de los derechos e intereses de las personas sordociegas ante las administraciones y otras instituciones públicas y privadas.



PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), trabaja para erradicar la pobreza y reducir las desigualdades y la exclusión.



2.4. Nuestro equipo marca la diferencia



2.4.1. Contexto

El uso de tecnologías ha dado lugar a grandes transformaciones sociales, culturales y económicas y está transformando de forma irreversible la relación de las empresas con todos sus grupos de interés, incluidos los empleados.

Esta profunda transformación digital ofrece grandes oportunidades, pero también presenta desafíos en la gestión de personas en la empresa: cada día más, necesitamos perfiles de trabajo altamente cualificados y especializados; las generaciones jóvenes que forman parte de la economía digital de hoy declaran que un buen equilibrio entre la vida laboral y personal es clave para elegir en qué empresa trabajar y reclaman además puestos en los que se sienten personalmente satisfechos. La evolución de la pirámide de población

permite prever un mercado laboral que envejece y que requerirá nuevas fórmulas para aprovechar toda la experiencia y talento.

Las empresas debemos afrontar un profundo cambio cultural que nos permita adelantarnos a los cambios. Es necesario avanzar hacia una nueva concepción del trabajo, para ofrecer formas de trabajo más transversales y flexibles, respetuosas con el tiempo libre de los empleados. Esto mejorará tanto el rendimiento como la satisfacción de los empleados.

Telefónica se ha anticipado a estos cambios convirtiéndose es una compañía de plataformas, digitalizando sus redes y sistemas y apostando por la ciberseguridad, los servicios de conectividad y la Inteligencia Artificial para capturar nuevas fuentes de crecimiento sostenible.

Para impulsar el crecimiento que ambicionamos como Compañía, la estrategia del área de gestión de personas se basa por un lado en la dinamización del entorno y las nuevas formas de trabajo, para favorecer la capacidad de gestión y autonomía de los equipos y en fomentar una mentalidad de crecimiento en cada uno de los profesionales de Telefónica, a través del aprendizaje continuo y el autodesarrollo.

La diversidad y la multiculturalidad forman parte de nuestra identidad como Compañía. En lo referente a diversidad de género, un 37,7% de nuestros profesionales en 2018 eran mujeres. El porcentaje de mujeres directivas en 2018 fue de 23,3%.

2.4.2. Gestión de un talento diverso

2.4.2.1. Diversidad e Inclusión: nuestro punto de partida

DIVERSIDAD



Nuestra estrategia en diversidad pasa por incorporarla como un elemento clave y lo hacemos porque creemos firmemente que una efectiva gestión de la diversidad, además de responder a principios de justicia social, ofrece importantes ventajas para el negocio. En este sentido, abordamos nuestra estrategia de diversidad desde el punto de vista de cuatro grupos de interés principales: empleados, sociedad, clientes y proveedores.

Tener en cuenta a todos los agentes nos permite extender el alcance de nuestras acciones al tiempo de crear un entorno inclusivo, en el que cada empleado encuentre su espacio para desarrollarse.

En Telefónica buscamos “el valor de la diferencia” siendo:

- » **Singulares:** Partiendo de la concepción de que cada uno de nuestros empleados es un individuo único e irrepetible capaz de aportar valor, promovemos un entorno laboral en el que todas las personas se sientan libres de ser ellas mismas.
- » **Un reflejo de la realidad:** Queremos que nuestra organización sea representativa de la diversidad presente en todas las comunidades donde estamos presentes. Solo así conseguiremos empatizar con los clientes y afianzar con éxito nuestra digitalización.
- » **Motor de cambio:** Somos conscientes de nuestro potencial, como proveedor de telecomunicaciones, para conseguir un mundo más igualitario, diverso e inclusivo. Queremos ser agente impulsor de estos valores en las sociedades en las que operamos, apalancándonos en el valor de la tecnología para lograrlo.
- » **Un modelo** para nuestros agentes y socios colaboradores. Por ello, impulsamos que nuestros proveedores incorporen una buena gestión de la diversidad.



Más información, en la sección de nuestra web “Diversidad”.

a) Políticas y órganos

Aseguramos la transversalidad de nuestra estrategia de diversidad e inclusión a través de:

- » **Consejo Global de Diversidad:** formado por directivos de primer nivel, tiene el objetivo de impulsar y dar seguimiento a la estrategia de diversidad en la Compañía. Además, se ha creado la figura del *Chief Diversity Officer*, como soporte al Consejo, y de los *Diversity Champions*, que actúan como agentes internos de cambio en todas las áreas de la Compañía.

- » **Política de Nombramiento y Ceses de Directivos:** garantiza la transparencia y la meritocracia en la selección y promoción del talento directivo. Al mismo tiempo, y en relación con el Consejo de Administración, nuestros procedimientos garantizan que el nombramiento y reelección de consejeros se fundamenta en un análisis objetivo de las necesidades, favoreciendo la diversidad y asegurando la no discriminación.
- » **Medidas correctivas de desigualdad en el ámbito específico de diversidad de género.** Entre ellas, cabe destacar que aseguramos la presencia de ambos géneros en la terna de candidaturas finalista para procesos de selección interna. Para asegurar el cumplimiento de esta medida, en junio de 2018 se creó una Comisión de Transparencia formada el Presidente y cuatro directivos de primer nivel.
- » Asimismo, nuestra [Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro](#) establece la obligación del proveedor de no discriminar a ningún colectivo en sus políticas de contratación, formación y promoción.

Las políticas, órganos y acciones anteriormente descritas, encaminadas a fomentar la diversidad y la igualdad entre todos los grupos demográficos dentro de la empresa, se recogen bajo el paraguas de nuestra [Política Global de Diversidad e Inclusión](#). Fue aprobada en 2017 por el Consejo de Administración y busca asegurar una gestión libre de prejuicios asociados a las diferencias.

Finalmente, cabe destacar que a partir de 2019 incluiremos nuestro objetivo global de diversidad de género en el esquema de remuneración variable de los directivos de la Compañía.

b) El desafío de la igualdad

A través de la [Política Global de Diversidad e Inclusión](#) garantizamos la igualdad de oportunidades y el trato no discriminatorio, justo e imparcial de las personas en todos los ámbitos de nuestra Compañía, sin prejuicios asociados al género, nacionalidad, origen étnico, religión, orientación e identidad sexual, estado civil, edad, responsabilidad familiar o discapacidad.

En relación con las personas con discapacidad, a través esta política nos comprometemos a seguir avanzando en una integración laboral efectiva introduciendo las ayudas técnicas y apoyos que permitan

reducir y eliminar las barreras a los empleados con discapacidad, para asegurar que puedan participar en un entorno laboral en igualdad de condiciones.

Promovemos la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres, así como entre todos los grupos demográficos presentes en la Compañía. En España, además contamos con un Plan de Igualdad y Protocolo de Actuación en los supuestos de acoso laboral. A través de este plan, garantizamos que las actuaciones relativas a la selección y contratación de personal se basan en criterios claros de capacidad, competencia y méritos profesionales, y por supuesto, en igualdad de oportunidades. Para ello, y pese a que los procesos de selección que se regulan en este convenio cuentan con la participación de los representantes de los trabajadores, desarrollamos una variedad de acciones en materia de selección, promoción, formación y desarrollo profesional, que se apoyan por una apuesta decidida por facilitar el equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestros empleados.

c) Procesos de selección

Además de potenciar la presencia de mujeres en los procesos de selección, fomentamos la contratación de colectivos en riesgo de exclusión. Es el caso de Brasil, donde el proyecto "Vacantes Inclusivas", que busca contratar personas con discapacidad en todas las áreas de la empresa, ha ayudado a incrementar las contrataciones de personas con discapacidad. Además, en este país, se ha instaurado la obligatoriedad de contar con, al menos, una entrevistadora en los procesos de selección, y se ha aplicado el método del "currículo ciego" para reclutar a candidatos externos en cargos de gerentes y superiores.

d) Sensibilización y concienciación

Creemos que la formación y la sensibilización son el camino necesario para ser cada día una Compañía más diversa e inclusiva, en la que todos los empleados estén comprometidos con el valor de la diferencia, y tomen conciencia de sus sesgos inconscientes. Con este objetivo, organizamos talleres, conferencias y cursos en todas nuestras operaciones.

Hay que destacar el curso online "Gestión de la diversidad", disponible para todos nuestros empleados, que ha alcanzado a alrededor de 15.000 personas en toda la Compañía. Este curso se completa con formaciones específicas en las diferentes operaciones.

Asimismo, impartimos talleres presenciales sobre sesgo inconsciente para empleados y directivos, con especial foco en equipos evaluadores y comités de selección de personal, que deben ser especialmente sensibles y conocedores de estos.

En 2018, como novedad, organizamos distintas jornadas y eventos en trece operaciones en Europa y Latinoamérica con motivo del Día Internacional de la Mujer, el Día Internacional de la Diversidad Sexual y el Día Internacional de las Personas con Discapacidad.

También, lanzamos campañas puntuales de sensibilización a través de los canales internos. Es el caso de Brasil, donde a lo largo de 2018 hemos lanzado cuatro campañas de sensibilización en materia de: discapacidad, diversidad sexual, diversidad étnica y contra la violencia de género.

Adicionalmente, Telefónica cuenta con una asociación para la atención de empleados y familiares de empleados con discapacidad, que trabaja para poner los avances tecnológicos al servicio de la discapacidad (ATAM).

Su Consejo ha aprobado en 2018 una nueva visión de futuro, basada en una concepción humanista e integral de la discapacidad. Como parte de esa visión, y con el objetivo de convertirse en una plataforma de soluciones tecnológicas para el cuidado de la salud, ATAM desarrolla proyectos de innovación basados en la aplicación de tecnologías como IoT, *cloud computing*, Inteligencia Artificial o Big Data. Estas nuevas herramientas fueron apoyadas, además, por un ecosistema de innovación científica, social y tecnológica, en el que participaron expertos de diferentes ámbitos.

e) Programas y acciones internas

Como apoyo a las políticas de gestión del talento, en Telefónica desarrollamos acciones, planes y programas variados, que abordan problemáticas específicas y contribuyen a que todas las personas se sientan incluidas.

Es el caso de los programas globales de aceleración de carrera profesional "*Young Leaders Programme*", para jóvenes, o "*Women in Leadership*", para mujeres profesionales.



Más información, en la sección "2.4.2. Gestión de un talento diverso".

Este último es complementario a otras acciones existentes a nivel local para la captación del talento

femenino y la mejora de sus perspectivas de promoción: es el caso de "Mujeres & Líderes" en Colombia; "*Talentia*", en España; "Talento Femenino", en México; o "*Woman Network*", en Perú.

Por otro lado, las profesionales de Telefónica en Reino Unido que interrumpieron su carrera por dos o más años, pudieron acogerse en 2018 a la tercera edición de "*Career Returners*". Este programa, de 14 semanas de duración, prepara a las mujeres para reincorporarse a la empresa.

Adicionalmente, y desde el año 2017, celebramos "Mujeres que lideran", programa a través del cual, y de la mano de *Universitas on the Road* y los equipos de Talento y Desarrollo, nos centramos en el estudio de las barreras de tipo social, cultural y personal que afrontan las mujeres, y en cómo superarlas. Dicho programa ha alcanzado ya a más de 600 mujeres en nueve países.

Las profesionales de la Compañía, además, pueden reforzar su red de contactos a través de la red de empleadas *Global Women Network*, a la que se han suscrito más de 1.500 personas. De igual modo pueden hacerlo los empleados LGBT y de minorías étnicas en las redes locales de diferentes operaciones, como es el caso de Reino Unido o Brasil.

Otras acciones internas no afectan directamente al empleado sino a su familia o entorno más cercano. En el ámbito de la salud, en Perú, Telefónica se ha convertido en 2018 en la primera operadora del país con una póliza de seguro de salud para las parejas de los empleados LGBT, replicando la misma medida tomada previamente en Brasil. Estas medidas se completan, en el caso de Colombia, con otros beneficios como la licencia homoparental o el permiso escolar para padres adoptantes y parejas del mismo sexo.

f) Sociedad

De igual forma, y conscientes de nuestra responsabilidad sobre los mercados en los que operamos como gran empresa multinacional, apoyamos una variedad de acciones que favorecen la integración, igualdad y bienestar de todas las personas en el mercado de trabajo, más allá de los límites de nuestra Compañía.

En el ámbito de la discapacidad, apoyamos iniciativas de formación como las becas de estudios para estudiantes con discapacidad intelectual de la



“Cátedra de Familia y Discapacidad” de la [Universidad de Comillas](#). Estos jóvenes posteriormente se incorporaron a Telefónica como becarios en prácticas.

Otra línea de actuación pasa por fomentar el emprendimiento femenino. Para ello la iniciativa *Women’s Age*, de Telefónica Open Future, estimula a las jóvenes a emprender. Así, en 2018 invertimos más de un millón de euros en startups lideradas por mujeres.

Adicionalmente, conscientes de la escasa presencia femenina en carreras y profesiones de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (englobadas bajo el acrónimo STEM), y con el objetivo de cambiar esta realidad buscamos fomentar la integración de las jóvenes y mujeres en el sector tecnológico con diversos programas:

- » [STEM Talent Girl](#): Proyecto de mentorización de jóvenes en educación secundaria de España.
- » Step into STEM: Programa de mentorización de adolescentes en la sede de O2 en Londres, para despertar su interés en carreras de tipo STEM.
- » [“Se buscan ingenieras, físicas y tecnólogas”](#): Informe sobre las causas de la brecha digital en carreras STEM en España.
- » “Girls Inspire Tech”: Programa dirigido a hijas de empleados en diferentes operaciones, entre

ellas España, Colombia y Perú, para incentivar su interés en carreras asociadas a la tecnología.

En materia de violencia de género es destacable el desarrollo de la aplicación móvil [“LIBRES”](#), que ofrece herramientas e información para ayudar a terminar con situaciones de violencia de género.



Más información, en la sección “2.1.5. Uso Responsable de la Tecnología”.

g) Pactos y acuerdos

Con el objetivo de formalizar nuestro compromiso, impulsar y dar visibilidad al alcance de los avances de nuestra Compañía en materia de diversidad, nos hemos adherido a diferentes iniciativas globales que buscan promover el empoderamiento económico y social de diferentes grupos demográficos, en particular en el ámbito laboral. Al compromiso global se suman los pactos firmados desde diferentes operaciones de Telefónica, que demuestran la transversalidad de nuestra apuesta:

- » En Brasil, Argentina y Colombia nos adherimos a los [“Principios de Empoderamiento de la Mujer”](#), elaborados por [ONU Mujeres](#) y el [Pacto Global de Naciones Unidas](#).

- » En Colombia, firmamos un acuerdo con el [Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo \(PNUD\)](#), con el fin de contribuir a mejorar la empleabilidad, el emprendimiento y la situación económica de las mujeres en el país.
- » Telefónica Chile se une a la ["Iniciativa de Paridad de Género"](#), impulsada por el [Banco Interamericano de Desarrollo \(BID\)](#) y el [Foro Económico Mundial \(WEF\)](#).
- » Telefónica Argentina firma un acuerdo de cooperación institucional con el [INAM \(Instituto Nacional de las Mujeres\)](#), con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades y reducir la brecha de género.
- » Telefónica Brasil se adhiere a la ["Rede Empresarial de Inclusão Social \(REIS\)"](#), que aglutina a más de 50 grandes empresas que trabajan por la accesibilidad en el entorno empresarial.
- » Además, desde Brasil, nos adherimos a la ["Coalición Empresarial para la Equidad Racial y de Género"](#), iniciativa del [Instituto Ethos](#), del [Centro de Estudios de las Relaciones de Trabajo y Desigualdades \(CEERT\)](#) y del [Instituto para los Derechos Humanos y la Comunicación \(IHRB\)](#).
- » Telefónica respalda las ["Normas de Conducta para las Empresas de Naciones Unidas para proteger los derechos de las personas LGBT"](#), convirtiéndose así en una de las primeras empresas de telecomunicaciones signantes en el mundo.
- » Somos miembros de *Pride Connection* en varios países, entre ellos [Perú](#) y [Colombia](#). Esta red de organizaciones promueve ambientes laborales inclusivos para la comunidad LGBT.
- » En Colombia, además, formamos parte de la [Cámara de Comerciantes LGBT](#).
- » Brasil se suma, además, a los compromisos del [Fórum de Empresas e Direitos LGBT](#).
- » Somos socio principal de la [Red de Empresas Comprometidas con la Diversidad y la Igualdad \(ECDI\)](#), compuesta por empresas e instituciones españolas que aúnan esfuerzos y comparten conocimientos para impulsar estos principios.

2.4.2.2. El reto de atraer y desarrollar el talento

a) Nuestras políticas de formación

En un entorno cambiante, marcado por el dinamismo y la transformación digital, la atracción y retención del talento es uno de los asuntos claves para la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. En Telefónica, creemos firmemente que los empleados son nuestro activo más importante y, por ello, trabajamos día a día para fomentar el desarrollo de sus capacidades, ya que entendemos que solo obteniendo el máximo potencial de nuestros trabajadores podemos cumplir los compromisos con nuestros clientes.

Disponemos actualmente de un modelo de talento, que acompaña al empleado en el desarrollo de su carrera, identificando las habilidades y capacidades clave que le ayudarán a afrontar nuestro proceso de transformación, alineado con la estrategia y con el programa de Compañía.

b) Universitas Telefónica

En [Universitas Telefónica](#) formamos a los empleados de Telefónica y de otras empresas, para convertirlos en líderes digitales transformadores, que les permitirán asumir los retos de la revolución digital en que vivimos. Contamos con un profesorado externo del máximo nivel. A Universitas vienen profesores de la [escuela de negocio IESE](#), la [Oxford Leadership Academy](#) o [Singularity University](#), entre otros. Igualmente contamos con profesorado interno que nos da una visión del sector y de Telefónica completa. Son los líderes de la empresa que nos guiarán hacia dónde se dirige la compañía. En Universitas hemos diseñado un modelo de compromiso total que desarrolla las principales dimensiones humanas, Intelectual, Física, Emocional y Espiritual, que contribuyen a promover un líder integral. La oferta de Universitas incluye dos tipos de programas que nos ayudan a desarrollar el talento en medio del actual proceso de transformación y transición tecnológica:

- » **On Campus:** son nuestros programas estrellas que se imparten dentro del campus de Universitas.
- » **On the Road:** Son cursos especialmente adaptados para poder ser impartidos en cualquier parte del mundo.

Durante 2018, en ambas ediciones se ha formado a cerca de 4.000 líderes de la Compañía en habilidades de liderazgo, estrategia global de negocio y como novedad este año, en nuevas formas de trabajo ágiles.

c) Desarrollo de habilidades digitales

Necesitamos contar con habilidades y capacidades digitales, los denominados *e-skills* que son cada día más sofisticados. Para ello contamos con programas globales formativos que se complementan con diversas iniciativas en nuestras operaciones:

- » **02 Campus (Reino Unido)** es una plataforma para el desarrollo profesional y personal de todos nuestros empleados (más de 7.000). A través de la cual todos ellos pueden acceder a un aprendizaje flexible, emocionante, personalizado y con un propósito que respalda su experiencia como empleado.
- » **Big Data (Telefónica España)** es un programa formativo presencial que promueve impulsa y apoya la estrategia de la Compañía en su camino de transformación hacia una empresa orientada al dato. A través de la figura del profesor interno se ha realizado el despliegue formativo en introducción a *Big Data* a todos los empleados de Telefónica España. La inscripción es voluntaria y ya han pasado por formación más del 30% de los empleados.
- » **Summit 2018 "Ser Diferentes, Ser Digitales" (Telefónica Chile):** Semana destinada a experiencias de aprendizaje de alto impacto como una feria tecnológica con la primera muestra de 5G en Latinoamérica y una amplia oferta de talleres, charlas y cursos. Destaca el alto nivel de compromiso de directivos que fueron parte del 90% de expositores internos que hicieron posible lograr una cobertura de un 75% de asistentes, quienes valoraron esta instancia para compartir y actualizar sus conocimientos, entendiendo que el centro de nuestra transformación digital pasa por las personas.
- » **Taller "Humanamente Digitales" (Telefónica Argentina):** Se diseñó e implementó el taller realizado de manera *in house* por dos directores de la organización, y dirigido a la población de mandos medios. Durante este año se realizaron 7 ediciones en las cuales participaron un total de 300 jefes.

d) La clave del éxito: el aprendizaje continuo

Para asegurar la competitividad y la empleabilidad de nuestros equipos, potenciamos un nuevo modelo de aprendizaje global basado en la flexibilidad, agilidad y aprendizaje continuo de todos los empleados.

A través de la herramienta global de **SuccessFactors** y las plataformas que tenemos en Telefónica (*Data Academy*, *Learn4Sales* y *Espacio Telefónica en Miriada X*) ponemos a disposición de nuestros empleados una amplia oferta de cursos, desde idiomas a capacidades técnicas y de negocio (*Big Data*, Seguridad Digital, Privacidad, *eWork*), así como cursos de obligado cumplimiento (Principios de Negocio Responsable, GDPR, anticorrupción).

- » Durante el año 2018, más del 95% de la plantilla realizó curso algún curso de formación.
- » En las comunidades de conocimiento participan más de la mitad de la plantilla de la Compañía registrándose durante el 2018 más de 500.000 visitas a sus contenidos.
- » Cerca de 28.000 empleados se registraron en 2018 en la plataforma *Data Academy* que ofrece diferentes cursos online de formación en Big Data. Esto supone un incremento de un 116% respecto al año anterior.
- » En *Learn4Sales*, la plataforma global para formación y certificación en marketing y ventas de servicios digitales para el segmento B2B, alrededor de 26.000 empleados se registraron realizando cerca de 7.500 cursos.
- » *Espacio Telefónica en Miriada X* cuenta con un menor número de empleados registrados, alrededor de 6.000, aunque es la plataforma donde más horas de formación se han impartido, superando las 45.000 horas.

Además de las plataformas mencionadas facilitamos recursos adicionales de formación como conferencias, blogs y artículos. Destaca la plataforma de conocimiento *eKISS*, con artículos, noticias e informes tanto de expertos internos como de los analistas más prestigiosos del mercado que cuenta con más de 30.000 usuarios activos. Adicionalmente, impulsamos las charlas "*on the job*" por parte de expertos externos o de otras áreas para activar el intercambio de conocimiento en toda la Compañía.

e) La atracción del mejor talento: la única forma de asegurar el futuro

El sector tecnológico tiene un importante reto en la captación de talento. Por ello apostamos por nuevos canales para asegurar la incorporación de los perfiles adecuados de una forma global, digital y eficiente. Además de los mecanismos tradicionales, estamos utilizando nuevas vías de reclutamiento (*hackatones*, *gamers jam*, algoritmos de búsqueda, ...) y automatizando nuestras herramientas de selección.

Algunas de las iniciativas que hemos puesto en marcha para atraer talento son:

- » **“Talent Hunters”**. A través de este programa, compartimos con nuestros empleados ciertas vacantes abiertas para candidatos externos, bien porque impliquen un especial reto o porque los perfiles sean muy demandados o escasos en el mercado. A través del programa, pedimos a nuestros empleados que animen a personas de talento que encajen en la posición a que se postulen. Y si finalmente dicha persona consigue el puesto de trabajo, el empleado que lo referenció recibe una compensación económica.
- » En diferentes operadoras y áreas de negocio de Telefónica estamos impulsando **Hackatones** como forma de atraer y reclutar talento. Los participantes se organizan en grupos y cada uno tiene proyectos y retos que conseguir, de forma que se comparten y complementan los conocimientos y experiencia de cada persona. Hemos organizado *hackatones*, entre otros, en [Open Future](#), en [Fundación Telefónica](#) y a través de [Talentum](#).

Se han evaluado los riesgos en gestión del talento, y nuestro equipo y la cultura del Grupo se consideran factores clave para su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, Telefónica está trabajando para adaptar su cultura y las capacidades de sus empleados y ampliar el perfil de habilidades y experiencia de sus profesionales, como un elemento clave para la transformación digital del Grupo.

Como consecuencia de estos esfuerzos, Telefónica no considera que los retos de atracción o retención del talento sean mayores de los propios del sector y que a nivel Grupo se están tomando las acciones necesarias para evitar la pérdida de talento y favorecer la atracción de nuevos perfiles. De hecho, la tasa de rotación del Grupo está muy por debajo de la media del mercado y estamos siendo capaces de incorporar nuevas capacidades críticas, como Seguridad, Big Data, Cloud e IoT.



2.4.3. Calidad del empleo

2.4.3.1. Cómo valorar el esfuerzo: política retributiva

La política retributiva de la Compañía se basa en los siguientes principios:

- » **Retribución total:** el paquete retributivo que ofrece Telefónica puede estar compuesto por componentes fijos, variables a corto y largo plazo, así como retribuciones en especie y otros beneficios sociales. Los importes y el peso relativo de los elementos retributivos se adaptan a las prácticas locales de los mercados en los operamos.
- » **"Equal pay":** se garantiza la no discriminación por razones de género, edad, cultura, religión ni raza a la hora de aplicar las prácticas y políticas retributivas. La retribución es coherente con la responsabilidad, liderazgo y desempeño, favoreciendo la retención de profesionales clave y la atracción del mejor talento.
- » **Meritocracia y "pay for performance":** una parte significativa de la retribución de la práctica totalidad de los empleados tiene carácter variable y es producto de la evaluación de su desempeño profesional, que ha tenido lugar en el primer trimestre de 2018 y ha alcanzado al 85% de los empleados. Del mismo modo, en relación a posiciones ejecutivas, la percepción de la parte variable de la retribución está vinculada a la consecución de objetivos financieros, de negocio, de creación de valor y de sostenibilidad. Estos objetivos predeterminados, concretos y cuantificables están alineados con el plan estratégico de Telefónica.
- » **Equilibrio entre la estrategia global y las prácticas locales:** la política de remuneraciones

está alineada con el plan estratégico de Telefónica y, a la vez, respeta las particularidades de los distintos mercados en los que estamos presentes.

- » **Atraer** al mejor talento, **motivar** una cultura de alto rendimiento y **retener** talento crítico.

Dentro del principio de retribución total, los **Planes de Acciones** para empleados nos permiten alinear los objetivos de todos los empleados con el de los accionistas. Además, hace tangible la experiencia 'skin in the game', impulsa el sentimiento de pertenencia y el espíritu emprendedor. La Junta General de Accionistas de Telefónica, S.A. celebrada el 8 de junio de 2018 aprobó la puesta en marcha de una nueva edición del plan voluntario de compra incentivada de acciones de Telefónica, S.A. que se pondrá en marcha en 2019.

2.4.3.2. Brecha salarial y remuneraciones medias

En Telefónica estamos comprometidos con la diversidad e igualdad y por ello publicamos y hacemos seguimiento de la evolución de la brecha salarial de género por país y de las remuneraciones medias desagregadas por género, nivel y edad.



Más información, en la sección "2.4.6. Principales indicadores" en la tabla de "Remuneraciones Promedio".

La manera más precisa de medir la brecha salarial de género es comparar empleados hombres y mujeres en una situación similar. Es lo que denominamos **brecha salarial ajustada**. Además del género, esta comparación tiene en cuenta algunos de los factores clave inherentes a la remuneración por puesto (categorías profesionales, el área funcional en que trabaja cada empleado, la antigüedad y diferentes tramos de edad). **La brecha salarial** ajustada considerando todas las entidades jurídicas y países en los que está presente del **Grupo Telefónica** es del **3,4%**.

Nuestro compromiso con la reducción de la brecha salarial forma parte de nuestros Principios de Negocio Responsable. Contamos con una Política de Remuneración Global que alinea las prácticas dentro de la Compañía y una Comisión de Nombramientos y Retribuciones, que garantizan el cumplimiento de los Principios de Igualdad y Equidad salarial.

PAIS	EMPLEADOS	% Hombres	% Mujeres	Brecha Ajustada (%) ⁽¹⁾
GLOBAL⁽²⁾	116.014	62%	38%	3,4%
 ESPAÑA	30.057	65%	35%	4,5%
 ESPAÑA A	25.256	66%	34%	3,6%
 ESPAÑA B	4.801	62%	38%	7,9%
 BRASIL	33.533	58%	42%	0,2%
 ARGENTINA	14.883	68%	32%	3,9%
 ALEMANIA ⁽³⁾	8.343	62%	38%	9%
 REINO UNIDO	7.102	61%	39%	1,6%
 PERÚ	6.346	66%	34%	3,6%
 COLOMBIA	5.666	52%	49%	3,8%
 CHILE	4.295	69%	31%	14,2%
 MÉXICO	1.990	67%	33%	0,6%
 CAM	1.435	67%	33%	1,4%
 ECUADOR	1.295	61%	39%	3,7%
 URUGUAY	660	51%	49%	0,7%
OTROS	409	64%	36%	0,0%

España A: España y filiales.

España B: Áreas globales y filiales.

(1) La brecha salarial de género ajustada se calcula utilizando un modelo de regresión matemática que relaciona el pago de los empleados con características personales como la responsabilidad y la especialización del trabajo y la experiencia personal y profesional.

(2) La información hace referencia a un 97% de la plantilla total.

(3) Aplicando factores de regresión locales, como Acuerdo Colectivo y Región, la brecha salarial ajustada de Alemania se reduce a 4.6%

Por otro lado, la **brecha salarial bruta** es la diferencia que existe entre la retribución total promedio de los hombres y la retribución total promedio de las mujeres en una organización. Este cálculo no tiene en consideración estos factores clave que permiten la comparabilidad como categoría profesional, área funcional, desempeño, conocimientos o experiencia profesional. La brecha salarial del Grupo Telefónica, de acuerdo a este cálculo, es de 21,36%



Más información, en la sección "2.4.6. Principales indicadores" en la tabla de "Remuneraciones Promedio".

Nuestro compromiso con la reducción de la brecha salarial forma parte de nuestros [Principios de Negocio Responsable](#). Por ello, contamos con una Política de Remuneración Global que alinea las prácticas dentro del Grupo Telefónica, así como una Comisión de Nombramientos y Retribuciones en el Consejo de Administración, que garantizan el cumplimiento de los **Principios de Igualdad y Equidad salarial**.

¿Cuáles son los factores que contribuyen a estos resultados?

La brecha salarial de género es más que un número. Analizando con profundidad la información de nuestra brecha salarial, se revelan desafíos y oportunidades para la industria en general y para Telefónica como negocio, que revelan el carácter estructural de la desigualdad salarial.

Así, algunos de los factores que inciden en la brecha salarial son:

- » Mayor proporción de hombres que ocupan altos cargos en nuestro sector. En este sentido, nos hemos marcado el objetivo de alcanzar un 30% de mujeres en posiciones directivas para el año 2020. A cierre 2018, el 23,3% de nuestra población directiva son mujeres, un dato que ha ido creciendo desde 2015, cuando este dato era de un 19%.

- » Existen diferentes patrones entre hombres y mujeres cuando hablamos de medidas de equilibrio de vida personal-profesional y de trabajo flexible. En Telefónica contamos con numerosas medidas al respecto; el 10% de la plantilla se beneficia de jornada reducida. Sin embargo, tenemos que seguir impulsando y fomentando que estas formas de trabajo flexible se extiendan entre los empleados de ambos géneros, ya que actualmente, de cada 10 empleados del Grupo Telefónica que cuentan con jornada reducida, 7 son mujeres y 3 son hombres.
- » Igual que otras empresas de nuestro sector, en Telefónica nos enfrentamos con el desafío de la escasez de mujeres que se forman en materias catalogadas dentro del grupo STEM y que hagan carrera en estas profesiones. Las mujeres son mayoría en las universidades españolas (el 54%), pero solo representan el 25% de los estudiantes de la rama de Ingeniería y Arquitectura, según los últimos datos del Ministerio de Educación en España.
- » Tal y como se explica en el [capítulo Diversidad de Género, Sociedad](#), tenemos en marcha diferentes iniciativas para fomentar en la sociedad un mayor acceso de mujeres y jóvenes a las carreras STEM.

Analizando nuestros datos, observamos que la **brecha salarial decrece con las nuevas generaciones**. A través de nuestras acciones en el ámbito de la diversidad y la inclusión tratamos de acelerar esta tendencia.

En Telefónica tomamos nuestros resultados de brecha salarial de género como una llamada a la acción. Sabemos que tenemos trabajo para abordar la brecha salarial de género, que seguirá siendo una prioridad para nosotros hasta que ya no exista.

Comprender las razones que explican los datos nos permite centrar nuestros esfuerzos en abordar los retos de diversidad e inclusión de género en las organizaciones. Continuaremos trabajando en iniciativas que aborden variables estructurales.



Más información, en la sección "2.4.2. Gestión de un talento Diverso".

Seguiremos apostando por medidas que:

- » Garanticen igualdad de oportunidades a través de procesos de selección y criterios de remuneración justos.

- » Desarrollen y visibilicen la cantera de talento.
- » Impulsen una cultura de trabajo flexible.
- » Fomenten la sensibilización y concienciación.

2.4.3.3. El diálogo social como puente entre trabajadores y empresa

En Telefónica respetamos las normas fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), refiriéndonos, principalmente a la libertad de sindicación y el derecho a la negociación colectiva en todos los países y jurídicas en los que operamos. Garantizamos que los representantes de los trabajadores reciben un trato justo, libre de discriminación y que cuentan con todas las facilidades para poder desempeñar sus funciones de representación.

Como Compañía, reafirmamos el importante papel que desempeñan los sindicatos en la defensa de los intereses de los trabajadores y reconocemos a [UNL](#) y al [European Works Council](#) como socios fundamentales para la gestión laboral mundial.

Asimismo, a nivel local, entendemos que la gestión de los **Comités de Empresa** es guiada a través de políticas y normas establecidas por su entidad jurídica y, por tanto, los procedimientos para informar, consultar y negociar contienen acepciones distintas, pero siempre en línea con los principios rectores de Telefónica.

Mantener una posición neutral respecto a la actividad sindical es fundamental para asegurar un ambiente libre y abierto que permita el ejercicio de los derechos de asociación. Si los trabajadores desean sindicalizarse, desde Telefónica reconoceremos a los sindicatos que cumplan las condiciones para organizarse de acuerdo al Convenio OIT 87, y siempre respetando la legislación local. Asimismo, garantizamos que los representantes de los trabajadores reciban un trato justo, libre de



discriminación y que contarán, a su vez, con todas las facilidades para poder desempeñar sus funciones de representación. Así mismo, todos los convenios colectivos integran cláusulas de seguridad y salud laboral adaptadas a la legislación local. Destacamos los siguientes acuerdos locales con sindicatos:

España

En 2018 se ha finalizado la prórroga del "Primer Convenio Colectivo de Empresas Vinculadas" (ICEV), firmada el 15 de diciembre de 2016, por unanimidad con UGT y CCOO, con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2018.

La prórroga supuso una garantía de continuidad de todos los logros alcanzados en el ICEV para las tres empresas incluidas en el mismo. Su valoración ha sido positiva, cumpliéndose todos los objetivos estratégicos establecidos en la misma:

- » Mejora de las **retribuciones de los empleados**, mediante un incremento salarial de un 1,5% y el abono de un plus de productividad en el mes de octubre de 2018 de 250€.
- » **Prórroga del "Plan de Salidas Incentivadas" (PSI)** para que aquellos empleados que lo han deseado y cumplían con los requisitos, pudieran adherirse al mismo en idénticos términos.
- » Ampliación de **las garantías en materia de empleo, no movilidad forzosa interprovincial y no adscripción forzosa en caso de segregación de actividad** durante todo el 2018.

Brasil

Negociación del "Acuerdo Colectivo con Sindicatos": a pesar del contexto político y social, fruto de la aprobación de la Reforma en la Legislación Laboral.

Convenios locales con los trabajadores:

 Argentina	10 convenios vigentes
 Brasil	28 acuerdos vigentes, 3 nuevos firmados en 2018
 Chile	12 convenios vigentes, 3 nuevos firmados en 2018
 España	firmada la prórroga del convenio
 Perú	9 convenios vigentes, 5 nuevos firmados en 2018
 Reino Unido	6 convenios vigentes

2.4.3.4. Equilibrio de la vida personal y laboral

Para nosotros, la conciliación y organización del tiempo de trabajo es fundamental. El entusiasmo y compromiso de nuestros empleados es clave para que alcancemos nuestra misión, de ahí que nos preocupemos tanto por su seguridad y su salud laboral como por su bienestar personal.

Lograr un balance entre la vida personal y laboral es un reto importante dadas las grandes exigencias que el entorno actual nos plantea. Por ello, hemos lanzado medidas para mejorar este equilibrio que aplican a todos los empleados del Grupo. En relación a los empleados con hijos, dichas medidas tienen el objetivo específico de facilitar la conciliación de ambos progenitores en caso de haberlos.

Telefónica entiende que la conciliación es clave en la atracción y retención de talento, especialmente en las nuevas generaciones. Cabe destacar que la flexibilidad va de la mano con la confianza que entregamos.

Durante 2018 la Compañía ha avanzado, implementado con éxito modelos de organización del tiempo de trabajo en operaciones donde no existía esta cultura. Para 2019 debemos reforzar el modelo y avanzar con otros elementos que, mediante la flexibilidad, puedan potenciar la conciliación y la productividad.

Ejemplo de medidas locales de conciliación:

Brasil:

- » Trabajo remoto: Implantado para más de 7.000 personas de la operadora.
- » Atención a los colaboradores mediante inteligencia cognitiva, vía chat, que permite a los empleados tener más autonomía y rapidez.

Chile:

- » Acuerdo marco para la implementación del teletrabajo, construido en conjunto con organizaciones sindicales en el cual las partes reconocen el teletrabajo como un medio para modernizar la organización del trabajo y la conciliación entre vida laboral, familiar y personal del trabajador. En Telefónica Chile, aproximadamente un 20% de la plantilla (900 colaboradores) teletrabaja.

2.4.4. Un equipo comprometido: la experiencia del empleado

En Telefónica queremos incrementar el compromiso y la motivación de los equipos. Para ello disponemos de diferentes iniciativas que promueven una forma de trabajar más colaborativa y eficiente, favorecen la conciliación de la vida personal y profesional, así como el reconocimiento de nuestros profesionales y los hábitos saludables en el entorno de trabajo.

2.4.4.1. Nuevas formas de trabajo

Para adaptarnos al contexto de cambio promovemos un profundo cambio cultural en la Compañía, una nueva concepción del trabajo que nos permita estar abiertos a formas de trabajo más transversales y flexibles, más respetuosas con el tiempo libre de los empleados, que permitan mejorar tanto el rendimiento como la satisfacción que se obtiene del empleo. Hablamos, en definitiva, de lo que se conoce como “trabajo inteligente”.

Por ello, son cada vez más las áreas y departamentos de Telefónica que están adoptando diferentes metodologías “Agile”. Estas se están impulsando dentro del nuevo plan estratégico en todos los países. Además, se ha elaborado un “Agile Bluebook” para facilitar la adopción homogénea de las metodologías existentes a las necesidades de las diferentes áreas.

Más allá de lo anterior, esta nueva forma de gestión del capital humano se sostiene mediante dos pilares básicos:

» **Estilo de liderazgo:** La implementación de nuevas formas de trabajo no puede hacerse efectiva sin la colaboración y el compromiso de los gestores de equipos, responsables directos de los trabajadores. Son necesarios líderes que impulse la autonomía de sus empleados, genere entornos colaborativos y valore positivamente el pensamiento innovador.

Para avanzar en este cambio de modelo de liderazgo se han impulsado programas como “Agile Ways of Working” que se ha impartido a más de 1.000 responsables de equipo durante 2018.

» **Orientación a resultados:** La cultura de trabajo inteligente apuesta por poner el foco en la medición del rendimiento de los trabajadores, con independencia del lugar o momento en el que ellos hayan decidido trabajar, aprovechando así el potencial de la tecnología para la flexibilización del trabajo.

Partiendo de lo anterior y descendiendo al día a día de la organización, promover una nueva cultura de trabajo requiere de una variedad de herramientas que acerquen las nuevas formas de trabajar a los empleados.

Por ello, aceleramos la utilización de nuevos espacios de trabajo y oficinas sin despachos, que disponen de áreas que potencian la colaboración y el intercambio de conocimientos. Además, en las oficinas centrales en Madrid se ha creado el espacio digital Exponencial (DEX) de España, nuestra incubadora de iniciativas *Agile*, desde donde en 2018 se han arrancado más de 20 iniciativas de diferentes áreas de la Compañía.

En 2018 adoptamos *Workplace* de Facebook como herramienta de comunicación corporativa en Telefónica. Su uso nos hace una Compañía más cercana a nuestros empleados y facilita la orientación al cliente. En solo dos meses tras su implantación global en la Compañía, más de la mitad de los empleados están adscritos a diferentes grupos de *Workplace*.

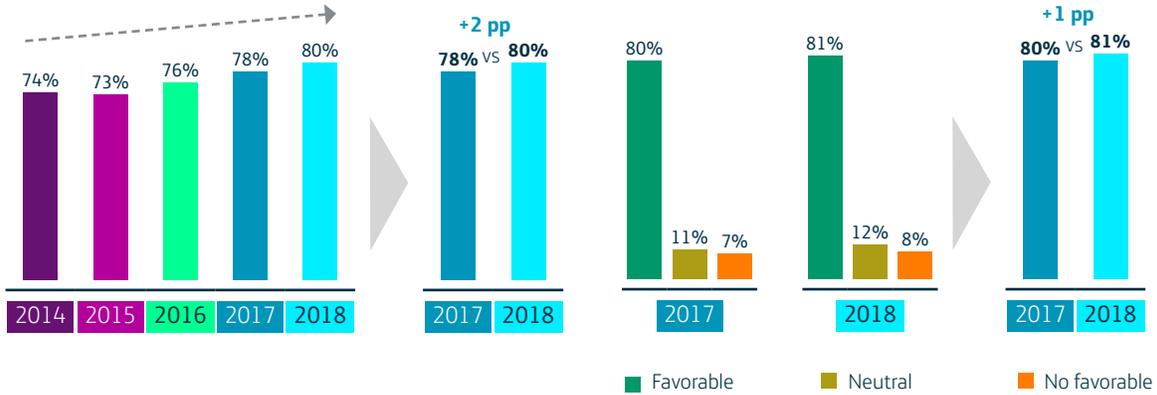
2.4.4.2. Encuesta de clima y compromiso

El estudio anual de clima es una herramienta clave para identificar la evolución y el cumplimiento de objetivos en cuanto a la motivación, compromiso y recursos de nuestros profesionales. Además, nos permite identificar aspectos relevantes sobre la evolución de nuestro programa de Compañía.

Un aspecto crucial para la atracción y retención del talento en Telefónica es fomentar un buen entorno de trabajo y una cultura acorde con la estrategia de la Compañía. Asimismo, alinear expectativas y conocer las áreas de mejora de nuestros equipos es esencial para conseguir la motivación y compromiso de nuestros profesionales que redunde en un excelente servicio para los clientes.

ÁMBITO
34 PAÍSES
114.076 INVITADOS A PARTICIPAR
 80% tasa de participación

PARTICIPANTES
91.260 REALIZARON EL ESTUDIO
 81% Índice de compromiso (IC)



Tenemos el **objetivo de implantar en 2019** el eNPS (*Employee Net Promoter Score de Bain&Company*) que mide la voluntad de los empleados de ser embajadores de la empresa, recomendándola como un buen lugar para trabajar a familiares, amigos y personas cercanas.

2.4.4.3. Programa de reconocimientos - Gente de Valor

Por tercer año consecutivo hemos lanzado el programa "Gente de Valor", nuestra iniciativa global de reconocimiento entre los profesionales de Telefonica, dando visibilidad a aquellas personas no directivas que destacan por su contribución diferencial a negocio y sus comportamientos alineados a nuestros valores y los reconocimientos incondicionales entre compañeros en el día a día. También, coordinados con Fundación Telefonica, incorporamos en el programa los "Voluntarios más destacados a nivel global", junto con el "Voluntario del año".





2.4.5. Hitos y retos

HITOS 2018:

- » 23,3% de mujeres directivas.
- » 95% de la plantilla ha realizado alguna actividad formativa.
- » 4.000 responsables de equipos formados en Universitat.
- » 28.000 empleados en la plataforma global de cursos de *Big Data Data Academy*, y 26.000 en habilidades digitales de *Learn4Sales*.
- » Acuerdo desconexión digital en España.
- » Cerca de 1.000 líderes de equipos formados en los programas de *Agile Ways of Working*.
- » Hemos mejorado 1 pp el índice de compromiso (81% vs 80%).
- » Se han recogido en torno a 78.000 reconocimientos durante todo 2018 entre compañeros dentro de nuestra herramienta *Success Factors* basados en el día a día y honrando los 3 valores de la empresa.
- » Primera maratón de empresas a nivel internacional (*E-Health Challenge Global*) en la que participaron aproximadamente 800 personas de todo el grupo Telefónica en distintas modalidades de actividad física.
- » Se ha incrementado en un 52% el número de beneficiarios de nuestro Programa de Voluntariado, alcanzando a más de 485.000 personas.

RETOS 2019:

- » Alcanzar un 30% de mujeres en puestos directivos en 2020.
- » Promover acciones de sensibilización y concienciación de sesgos inconscientes para toda la plantilla.
- » Incorporar a 25.000 jóvenes hasta 2021.
- » Índice Bloomberg de igualdad de género en 2020.
- » Mejorar la experiencia del empleado de las plataformas e-learning.
- » Potenciar la cultura del aprendizaje continuo donde los empleados son parte activa y responsables de su desarrollo.
- » Extender la implantación del acuerdo de desconexión digital al 50% de las operadoras del Grupo en 2019.
- » Aumentar x4 la audiencia de los programas de nuevas formas de trabajar, durante el próximo año.
- » 2ª E-Health Challenge Global en 2019 entre empresas a nivel mundial, superando el número de participantes del año anterior.
- » Fomentar el voluntariado digital que actualmente supone el 47% del programa.

2.4.6. Principales indicadores

Indicadores de plantilla

ESTRUCTURA DE PLANTILLA POR CATEGORÍAS Y GÉNERO a 31 de diciembre

	Plantilla Física Total	% de mujeres en plantilla	Directivos	% mujeres directivas	Mandos Intermedios	% mujeres en mandos intermedios	Resto de Plantilla	% mujeres en el resto de plantilla
Alemania	8.406	38%	66	18%	842	22%	7.498	40%
Argentina	14.894	32%	45	20%	1.549	24%	13.300	33%
Brasil	34.448	42%	123	19%	3.573	30%	30.752	43%
Centroamérica	1.437	33%	17	12%	190	27%	1.230	34%
Chile	4.299	31%	21	24%	520	23%	3.758	32%
Colombia	5.405	48%	39	21%	597	42%	4.769	49%
Ecuador	1.293	39%	11	18%	261	34%	1.021	41%
España	30.611	35%	415	25%	3.195	33%	27.001	35%
México	2.450	33%	24	21%	436	28%	1.990	35%
Perú	6.702	34%	36	31%	567	28%	6.099	35%
Reino Unido	7.275	40%	53	30%	1.651	33%	5.571	42%
Uruguay	628	50%	8	13%	97	44%	523	51%
Venezuela	1.807	52%	26	39%	379	50%	1.402	53%
Resto	483	31%	7	57%	34	21%	442	31%
TOTAL GRUPO	120.138	38%	891	23%	13.891	31%	105.356	39%

ESTRUCTURA DE PLANTILLA POR TIPOS DE CONTRATO Y GÉNERO a 31 de diciembre

	Contratados indefinidos	% de mujeres en contrato indefinido	Contratados temporales	% de mujeres en contrato temporal	Contratos con reducción de jornada	% de mujeres en reducción de jornada
Alemania	7.505	38%	901	41%	1.512	77%
Argentina	14.894	32%	—	ns	8	100%
Brasil	34.440	42%	8	75%	7.166	65%
Centroamérica	1.041	30%	—	ns	—	ns
Chile	4.279	31%	20	45%	2	100%
Colombia	5.290	48%	115	55%	2	50%
Ecuador	1.253	39%	40	30%	—	ns
España	29.696	35%	915	50%	1.296	88%
México	2.351	33%	99	37%	—	ns
Perú	6.107	35%	595	30%	—	ns
Reino Unido	7.123	39%	152	55%	1.718	59%
Uruguay	596	49%	32	72%	126	75%
Venezuela	1.765	52%	42	57%	—	ns
Resto	877	35%	2	50%	2	100%
TOTAL GRUPO	117.217	38%	2.921	43%	11.832	68%

102-8
405-1
401-1
405-2
103
202-1
403-2
404-1

Indicadores de plantilla promedio del periodo

Plantillas promedio por género

	Hombres	Mujeres	Total
Contratos indefinidos	74.076	44.921	118.996
Contratos temporales	1.640	1.217	2.857
Reducción jornada	3.905	8.336	12.241
TOTAL	75.716	46.138	121.853

Plantillas promedio por género

	> de 55 años	de 45 a 54 años	de 35 a 44 años	de 30 a 34 años	< de 30 años
Contratos indefinidos	8.145	32.955	38.027	19.309	20.561
Contratos Temporales	59	228	590	627	1.353
Reducción jornada	360	1.972	4.002	1.557	4.350
TOTAL	8.205	33.183	38.616	19.936	21.914

Plantillas promedio por categoría profesional

	Directivos	Mandos intermedios	Resto de plantilla
Contratos indefinidos	899	14.047	104.050
Contratos temporales	8	27	2.823
Reducción jornada	7	147	12.088
TOTAL	907	14.074	106.872



Estructura de la plantilla por edades, género y categoría laboral

Más de 55 años

	Personas	% mujeres	Directivos	% en mujeres directivas	No directivos	% en mujeres no directivas
Alemania	658	44%	6	0%	652	45%
Argentina	2.565	12%	10	0%	2.555	12%
Brasil	716	25%	14	14%	702	25%
Centroamérica	36	31%	4	25%	32	31%
Chile	705	15%	4	25%	701	15%
Colombia	126	25%	6	50%	120	24%
Ecuador	15	33%	3	0%	12	42%
España	1.778	24%	34	21%	1.744	24%
México	47	21%	4	25%	43	21%
Perú	1.341	20%	5	20%	1.336	20%
Reino Unido	454	32%	5	20%	449	33%
Uruguay	26	31%	2	0%	24	33%
Venezuela	105	37%	7	14%	98	39%
Resto	34	15%	0	0%	34	15%
TOTAL GRUPO	8.606	21%	104	17%	8.502	21%

Entre 45 y 54 años

	Personas	% mujeres	Directivos	% en mujeres directivas	No directivos	% en mujeres no directivas
Alemania	2.242	32%	37	14%	2.205	32%
Argentina	3.612	24%	25	28%	3.587	23%
Brasil	3.549	29%	38	26%	3.511	29%
Centroamérica	232	28%	10	30%	222	28%
Chile	1.368	28%	10	30%	1.358	28%
Colombia	751	39%	23	9%	728	40%
Ecuador	134	32%	7	29%	127	32%
España	17.357	30%	289	24%	17.068	31%
México	328	22%	16	13%	312	23%
Perú	1.175	30%	23	35%	1.152	30%
Reino Unido	1.334	33%	30	30%	1.304	34%
Uruguay	111	50%	4	25%	107	51%
Venezuela	404	46%	14	57%	390	45%
Resto	165	24%	7	0%	158	25%
TOTAL GRUPO	32.762	30%	533	24%	32.229	30%

Entre 35 y 44 años

	Personas	% mujeres	Directivos	% en mujeres directivas	No directivos	% en mujeres no directivas
Alemania	2.961	39%	22	27%	2.939	39%
Argentina	5.013	44%	9	11%	5.004	44%
Brasil	11.584	38%	71	16%	11.513	38%
Centroamérica	611	31%	7	14%	604	31%
Chile	1.347	41%	7	14%	1.340	41%
Colombia	2.034	46%	10	30%	2.024	46%
Ecuador	520	35%	1	0%	519	35%
España	7.413	45%	91	31%	7.322	45%
México	1.060	33%	4	50%	1.056	33%
Perú	2.238	41%	8	25%	2.230	41%
Reino Unido	1.958	41%	18	39%	1.940	41%
Uruguay	190	44%	2	0%	188	44%
Venezuela	584	54%	4	25%	580	54%
Resto	199	37%	1	100%	198	36%
TOTAL GRUPO	37.712	41%	255	25%	37.457	41%

Entre 30 y 34 años

	Personas	% mujeres	Directivos	% en mujeres directivas	No directivos	% en mujeres no directivas
Alemania	1.376	41%	0	0%	1.376	41%
Argentina	2.356	42%	0	0%	2.356	42%
Brasil	8.001	45%	0	0%	8.001	45%
Centroamérica	355	39%	0	0%	355	39%
Chile	540	34%	0	0%	540	34%
Colombia	1.291	53%	0	0%	1.291	53%
Ecuador	354	44%	0	0%	354	44%
España	2.602	43%	0	0%	2.602	43%
México	566	38%	0	0%	566	38%
Perú	887	35%	0	0%	887	35%
Reino Unido	983	41%	0	0%	983	41%
Uruguay	125	46%	0	0%	125	46%
Venezuela	295	57%	1	0%	294	57%
Resto	69	35%	0	0%	69	35%
TOTAL GRUPO	19.800	43%	1	0%	19.799	43%

Menos de 30 años

	Personas	% mujeres	Directivos	% en mujeres directivas	No directivos	% en mujeres no directivas
Alemania	1.169	41%	0	0%	1.169	41%
Argentina	1.348	33%	0	0%	1.348	33%
Brasil	10.598	49%	0	0%	10.598	49%
Centroamérica	192	36%	0	0%	192	36%
Chile	339	35%	0	0%	339	35%
Colombia	1.203	56%	0	0%	1.203	56%
Ecuador	270	45%	0	0%	270	45%
España	1.461	39%	0	0%	1.461	39%
México	449	39%	0	0%	449	39%
Perú	1.061	42%	0	0%	1.061	42%
Reino Unido	2.546	42%	0	0%	2.546	42%
Uruguay	176	63%	0	0%	176	63%
Venezuela	419	56%	0	0%	419	56%
Resto	27	33%	0	0%	27	33%
TOTAL GRUPO	21.258	46%	0	0%	21.258	46%



Indicadores de diversidad

		2016	2017	2018
Mujeres en plantilla	(%)	38%	38%	38%
Mujeres en puestos de dirección	(%)	21%	22%	23%
Mujeres en el Consejo de Administración	(%)	11%	18%	18%
Mujeres en cargos intermedios	(%)	n.a.	30,7%	30,7%
Personas con discapacidad en plantilla	(Personas)	855	842	780
Menores de 30 años	(%)	19%	18%	18%
Mujeres contratadas entre los menores de 30 años	(%)	48%	47%	46%

Indicadores de bajas forzadas

Bajas forzadas por género

	Hombres	Mujeres	Más de 55	Entre 45 y 54	Entre 35 y 44	Entre 30 y 34	Menos de 30	Directivos	Mandos intermedios	Resto de plantilla
Alemania	267	157	31	89	149	72	83	2	18	404
Argentina	228	172	163	55	113	52	17	7	42	351
Brasil	3.163	2.910	174	526	1.550	1.348	2.475	14	470	5.589
Centro américa	98	59	6	30	61	40	20	0	41	116
Chile	335	183	91	134	203	58	32	1	64	453
Colombia	113	101	6	20	73	51	64	4	13	197
Ecuador	157	113	6	24	94	72	74	2	28	240
España	1.343	684	48	1.642	138	151	48	17	21	1.989
México	215	93	5	60	143	62	38	6	74	228
Perú	188	55	182	22	22	10	7	4	19	220
Reino Unido	238	92	42	81	95	38	74	7	59	264
Uruguay	19	0	2	2	5	4	6	0	3	16
Venezuela	33	47	2	9	20	14	35	0	13	67
Resto	111	19	13	46	32	21	18	3	36	35
TOTAL GRUPO	6.508	4.685	771	2.740	2.698	1.993	2.991	67	901	10.169

Indicadores de clima laboral

	Empleados bajo convenio colectivo	Turnover ⁽¹⁾		Indicadores de clima laboral ⁽¹⁾		
	% sobre plantilla	Voluntario	Total	Hombres	Mujeres	Total plantilla
Alemania	85,7%	15,3%	20,2%	73	77	74
Argentina	75,4%	1,8%	4,7%	83	76	81
Brasil	91,9%	5,9%	23,5%	84	86	85
Centroamérica	0,0%	5,4%	20,3%	86	87	86
Chile	85,1%	2,4%	12,8%	87	86	86
Colombia	0,0%	10,4%	14,6%	93	91	92
Ecuador	0,0%	0,0%	21,8%	89	88	88
España	69,3%	6,1%	14,8%	72	73	72
México	19,5%	20,1%	32,9%	85	84	85
Perú	42,4%	6,2%	10,9%	80	79	80
Reino Unido	67,6%	17,4%	21,6%	78	81	79
Uruguay	0,0%	8,1%	11,6%	93	93	93
Venezuela	0,0%	37,1%	41,7%	91	92	91
TOTAL GRUPO	69,8%	7,9%	21,4%	81	81	81

(1) Empresas de servicios de telecomunicaciones de Telefónica.

Indicadores de formación

Horas de formación totales

	Total plantilla	Directivos		Mandos intermedios		Resto de plantilla	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Alemania	160.128	554	158	15.902	4.684	81.189	57.642
Argentina	440.645	1.062	44	44.082	18.658	254.336	122.464
Brasil	1.147.295	1.620	595	67.356	21.844	560.290	495.590
Centroamérica	35.515	537	82	4.636	2.203	17.291	10.767
Chile	53.675	83	158	8.788	2.798	27.806	14.043
Colombia	389.911	1.098	347	20.275	20.749	154.317	193.126
Ecuador	31.065	316	32	6.177	2.824	12.937	8.779
España	844.059	1.580	723	75.385	34.619	499.767	231.985
México	45.860	408	126	6.324	3.598	22.496	12.909
Perú	45.717	1.001	293	4.923	2.054	25.123	12.323
Reino Unido	54.290	24	0	6.030	2.406	26.574	19.257
Uruguay	10.744	235	6	1.079	880	4.547	3.997
Venezuela	25.313	448	217	2.110	2.057	10.936	9.547
Resto de países y todas las unidades globales	117.419	2.077	1.322	12.166	6.433	58.324	37.097
TOTAL GRUPO	3.401.635	11.041	4.102	275.231	125.805	1.755.930	1.229.526

Horas de formación por empleado

	Total plantilla	Directivos		Mandos intermedios		Resto de plantilla	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Alemania	19	10	7	25	26	18	19
Argentina	30	30	6	39	52	29	28
Brasil	34	17	26	28	21	33	38
Centroamérica	25	36	41	33	44	22	26
Chile	13	5	32	22	24	12	12
Colombia	73	35	43	59	82	65	84
Ecuador	25	35	16	36	33	22	22
España	35	17	31	49	58	34	31
México	24	21	25	23	32	28	19
Perú	8	44	33	13	15	8	7
Reino Unido	8	1	0	5	5	8	8
Uruguay	17	34	6	20	20	18	15
Venezuela	14	28	22	11	11	16	13
Resto de países y todas las unidades globales	11	9	18	14	12	10	12
TOTAL GRUPO	28	16	20	29	30	27	30



Indicadores de Seguridad y Salud laboral⁽¹⁾

	ALEMANIA		BRASIL		ESPAÑA	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Tasa de accidentes (Frecuencia) Hombres	0,89	0,39	0,82	0,77	0,53	0,62
Tasa de accidentes (Frecuencia) Mujeres	0,74	0,60	0,18	0,24	0,70	0,58
Tasa de accidentes (Frecuencia) TOTAL	0,83	0,47	0,56	0,55	0,58	0,61
Tasa de enfermedades profesionales Hombres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tasa de enfermedades profesionales Mujeres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tasa de enfermedades profesionales TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tasa de días perdidos (gravedad) Hombres	12,28	3,99	53,44	15,31	28,10	18,64
Tasa de días perdidos (gravedad) Mujeres	5,24	8,80	19,23	3,85	30,05	17,32
Tasa de días perdidos (gravedad) TOTAL	9,56	5,82	39,28	10,55	28,69	18,24
Tasa de absentismo Hombres	0,05	0,06	0,03	0,02	0,03	0,04
Tasa de absentismo Mujeres	0,07	0,10	0,05	0,04	0,05	0,06
Tasa de absentismo TOTAL	0,06	0,08	0,04	0,03	0,04	0,05
Nº de horas de absentismo Hombres	504.848	643.200	1.203.784	961.248	1.021.800	1.225.408
Nº de horas de absentismo Mujeres	499.712	644.256	1.301.544	1.028.440	660.608	795.520
Nº DE HORAS DE ABSENTISMO TOTAL	1.004.560	1.287.456	2.505.328	1.989.688	1.682.408	2.020.928

(1) Para facilitar la transparencia y la comparación con otras empresas de nuestro sector, en los ratios se han incluido solo los negocios core de Telefónica: telecomunicaciones fijas y móviles en los países en los que operamos, que suponen más del 95% del total de empleados del grupo.

Tasa de accidentes (Frecuencia) = (Nº total de accidentes in labore con baja / Nº total de horas de trabajo anuales) x 200.000

Tasa de enfermedades profesionales = (Nº total de enfermedades profesionales / Nº total de horas de trabajo anuales) x 200.000

Tasa de días perdidos (gravedad) = (Nº total de días perdidos por accidente de trabajo in labore con baja y enfermedad profesional / Nº total de horas de trabajo anuales) x 200.000

Tasa de absentismo = Nº total de días perdidos por cualquier causa / Nº total de días laborales anuales



	HISPANOAMÉRICA		REINO UNIDO ⁽²⁾	
	2017	2018	2017	2018
Tasa de accidentes (Frecuencia) Hombres	1,86	2,19	0,39	0,20
Tasa de accidentes (Frecuencia) Mujeres	0,50	0,92	0,43	0,23
Tasa de accidentes (Frecuencia) TOTAL	1,36	1,72	0,40	0,21
Tasa de enfermedades profesionales Hombres	0,00	0,06	2,03	2,50
Tasa de enfermedades profesionales Mujeres	0,02	0,17	5,08	4,11
Tasa de enfermedades profesionales TOTAL	0,01	0,10	3,20	3,13
Tasa de días perdidos (gravedad) Hombres	66,79	62,97	90,53	116,17
Tasa de días perdidos (gravedad) Mujeres	14,00	19,22	259,20	218,05
Tasa de días perdidos (gravedad) TOTAL	47,60	46,81	155,30	155,85
Tasa de absentismo Hombres	0,02	0,02	0,03	0,03
Tasa de absentismo Mujeres	0,03	0,04	0,07	0,06
Tasa de absentismo TOTAL	0,02	0,03	0,04	0,04
Nº de horas de absentismo Hombres	882.368	1.035.132	231.048	269.720
Nº de horas de absentismo Mujeres	862.832	1.026.224	338.096	303.976
Nº DE HORAS DE ABSENTISMO TOTAL	1.739.896	2.061.356	569.144	573.696

(2) La normativa laboral en Reino Unido recoge un mayor número de enfermedades profesionales que el resto de regiones donde opera Telefónica.

Tasa de accidentes (Frecuencia) = (Nº total de accidentes in labore con baja / Nº total de horas de trabajo anuales) x 200.000

Tasa de enfermedades profesionales = (Nº total de enfermedades profesionales / Nº total de horas de trabajo anuales) x 200.000

Tasa de días perdidos (gravedad) = (Nº total de días perdidos por accidente de trabajo in labore con baja y enfermedad profesional / Nº total de horas de trabajo anuales) x 200.000

Tasa de absentismo = Nº total de días perdidos por cualquier causa / Nº total de días laborales anuales

Indicadores de retribuciones y brecha salarial

Ratio salario mínimo pagado en TEF / SMI local

	Hombres	Mujeres
Alemania	1,0	1,1
Argentina	2,3	2,8
Brasil	1,2	1,1
Chile	1,0	1,0
Colombia	1,2	1,2
Ecuador	1,2	1,2

Ratio salario mínimo pagado en TEF / SMI local

	Hombres	Mujeres
España	1,4	1,4
México	4,1	5,0
Perú	1,5	2,3
Reino Unido	1,0	1,1
Uruguay	3,8	3,5

PAIS	Empleados	% Hombres	% Mujeres	Brecha Ajustada (%) ⁽¹⁾	Brecha Bruta (%)
GLOBAL ⁽²⁾	116.014	62%	38%	3,4%	21,4%
ESPAÑA	30.057	65%	35%	4,5%	15,2%
ESPAÑA A	25.256	66%	34%	3,6%	15,2%
ESPAÑA B	4.801	62%	38%	7,9%	17,5%
BRASIL	33.533	58%	42%	0,2%	23,3%
ARGENTINA	14.883	68%	32%	3,9%	10,8%
ALEMANIA ⁽³⁾	8.343	62%	38%	9,0%	24,6%
REINO UNIDO	7.102	61%	39%	1,6%	16,2%
PERU	6.346	66%	34%	3,6%	10,8%
COLOMBIA	5.666	52%	49%	3,8%	30,6%
CHILE	4.295	69%	31%	14,2%	21,1%
MEXICO	1.990	67%	33%	0,6%	15,0%
CAM	1.435	67%	33%	1,4%	19,1%
ECUADOR	1.295	61%	39%	3,7%	27,2%
URUGUAY	660	51%	49%	0,7%	38,1%
OTROS	409	64%	36%	0,0%	32,9%

España A: España y filiales.

España B: Áreas globales y filiales.

(1) La brecha salarial de género ajustada se calcula utilizando un modelo de regresión matemática que relaciona el pago de los empleados con características personales como la responsabilidad y la especialización del trabajo y la experiencia personal y profesional.

(2) La información hace referencia a un 97% de la plantilla total.

(3) Aplicando factores de regresión locales, como Acuerdo Colectivo y Región, la brecha salarial ajustada de Alemania se reduce a 4.6%.

Cálculo de la brecha salarial

Al objeto de realizar el cálculo de la brecha salarial, se han tenido en cuenta los siguientes conceptos retributivos. Dichos conceptos retributivos coinciden con la totalidad de las percepciones salariales y extrasalariales percibidas por cada uno de los empleados del Grupo:

- » Salario Base Total Anualizado a 31 de diciembre de 2018
- » Bonos comisiones, incentivos comerciales y demás conceptos de retribución variable pagados durante 2018
- » Beneficios en especie, incluyendo beneficios sociales, acumulados en el año 2018
- » Incentivos a largo plazo pagados en 2018

Remuneraciones promedio

	Rango Edad	Remuneración Total Promedio Mujeres	Remuneración Total Promedio Hombres	Brecha Salarial bruta (Salario Base)	Brecha Salarial Bruta (Remuneración Total)
GRUPO TELEFONICA		32.261	41.022	20,81%	21,36%
DIRECTIVOS Y EJECUTIVOS	> 50	143.563	172.826	11,5%	16,9%
	35-50	94.516	110.597	11,1%	14,5%
	< 35	50.984	55.671	4,1%	8,4%
MANDOS INTERMEDIOS	> 50	64.226	63.514	(-2,3%)	(-1,1%)
	35-50	51.978	52.416	(-1,7%)	0,8%
	< 35	37.395	36.659	(-4,3%)	(-2,0%)
RESTO DE PLANTILLA	> 50	44.547	48.388	7,6%	7,9%
	35-50	29.436	32.764	8,4%	10,2%
		16.405	18.763	14,6%	12,6%

(1) A efectos de reportar la retribución total media de todos los Empleados del Grupo, se han agrupado a todas las posiciones Ejecutivas de la Compañía bajo una misma categoría, incluyendo en esta a directivos y gerentes, dado que el diseño del mix retributivo (remuneración fija, retribución variable anual, elegibilidad al plan de incentivo a largo plazo y otros conceptos) está alineado a la Política Global de Retribución del Grupo Telefónica y que tiene como máximo objetivo impulsar la consecución de los objetivos financieros, de negocio, de creación de valor y de sostenibilidad.

(2) La Retribución Total Promedio incluye: salario base total, bonos, comisiones e incentivos comerciales pagados durante 2018, incentivos a largo plazo pagados en 2018 y beneficios en especie, incluyendo beneficios sociales, acumulados en el año 2018.





2.5. Los proveedores, nuestros aliados

2.5.1. Un modelo de compras sostenible

Indicadores	2017	2018
% Compras adjudicado localmente	83%	81%
Nº auditorías o evaluaciones realizadas a proveedores de riesgo	19.507	19.113
Proveedores de riesgo con planes de mejora	659	811

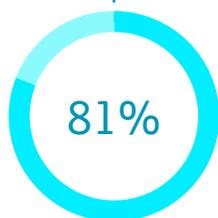
Telefónica, al tiempo que cuida de sus empleados, trabaja junto con sus proveedores para alcanzar unos elevados estándares de gestión social y ambiental, velando e impulsando el respeto de los derechos humanos.

Contamos con un modelo de gestión de compras para toda la Compañía que se caracteriza por la gestión de compras global desde [Telefónica Global Services](#) y en coordinación con los equipos de compras locales en cada país. Este modelo está alineado con nuestros Principios de Negocio Responsable, y se basa en la transparencia, igualdad de oportunidades, objetividad en las decisiones y una gestión sostenible de nuestra cadena de suministro.



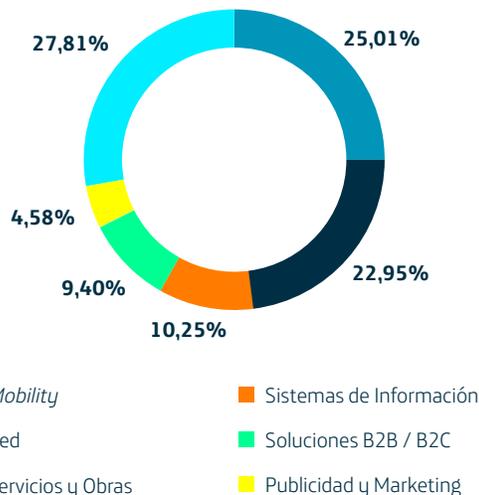
Impacto de nuestra actividad en la sociedad

25.805M€⁽¹⁾
adjudicados a: **10.552 proveedores**



del volumen de compras adjudicado a **proveedores locales**

VOLUMEN DE COMPRAS ADJUDICADO % / Total



Digitalización de nuestros procesos,

aportando mayor eficiencia, integridad y trazabilidad

<p>25.484M€⁽²⁾ negociados electrónicamente.</p>	<p>1.522 contratos firmados digitalmente.</p>	<p>4.674 cartas de adjudicación firmadas digitalmente.</p>
<p>+1,4 M de facturas recibidas que se emitieron electrónicamente (+10% respecto a 2017).</p>	<p>5.263 proveedores formados en la gestión de negociaciones, pedidos y facturas electrónicas.</p>	<p>+172.000 pedidos gestionados a través de la interconexión de los sistemas de las empresas del Grupo con los de nuestros proveedores.</p>

(1) Acuerdos con impacto en 2018.

(2) Incluye negociaciones a varios años.

El compromiso con la sostenibilidad está presente en todo el proceso de relación con nuestros proveedores. Ponemos especial atención en aquellos temas asociados a la cadena de suministro con alto impacto social y relevantes tanto para el sector como para la estrategia de la Compañía, destacando: la privacidad y protección de datos, gestión de residuos,

➕ Más información, en la sección "2.2. Digitalización y medioambiente".

la erradicación del trabajo infantil y minerales de zonas en conflicto. Estos dos últimos, junto con la eliminación del trabajo forzoso y la no discriminación en la relación con el proveedor, constituyen los aspectos identificados en la nueva evaluación de impacto en derechos humanos realizada en 2018.

➕ Más información, en el capítulo "2.6. Un marco de gestión para la sostenibilidad", sección "2.6.3. Respeto por los derechos humanos".

Dicha evaluación pone de relieve los altos estándares recogidos en nuestra [Política de sostenibilidad en la cadena de suministro](#), que respeta los convenios

de la Organización Internacional del Trabajo. Esto se complementa con actuaciones específicas a nivel local, acordes a la situación y requerimientos de cada país. Ejemplo de ello, en Reino Unido publicamos una declaración [contra la esclavitud](#).

Establecemos con los proveedores y *partners* una relación de colaboración, convirtiéndose en aliados en la consecución de nuestros objetivos. Un ejemplo de ello es la gestión de nuestras empresas colaboradoras y terceros a través del "Programa Aliados". Esta forma de relacionarnos nos ha permitido fomentar una cultura de sostenibilidad durante los últimos diez años, sensibilizando a los proveedores sobre el cumplimiento de nuestros estándares, a la vez que establecemos conjuntamente mecanismos de detección temprana y prevención de posibles riesgos en nuestras contratas y subcontratas.

Nuestro modelo de gestión sostenible se basa en la mitigación de riesgos y *engagement* con nuestros proveedores:

NUESTRO ENFOQUE: GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Minimización de riesgos y engagement



2.5.2. Gestionamos proactivamente los riesgos

Paso 1.

Estándares mínimos a cumplir

Requerimos al 100% de nuestros proveedores que desarrollen su actividad aplicando estándares éticos similares a los nuestros, que aseguren el cumplimiento de los derechos humanos y laborales fundamentales, así como la protección del medioambiente.

Entre los estándares sociales incluidos en nuestra política, podemos destacar nuestros esfuerzos por fomentar la igualdad de género, requiriendo así a todos nuestros proveedores que lleven a cabo una política de igualdad y no discriminación en la contratación, indemnización, acceso a la formación, promoción, finalización o jubilación.

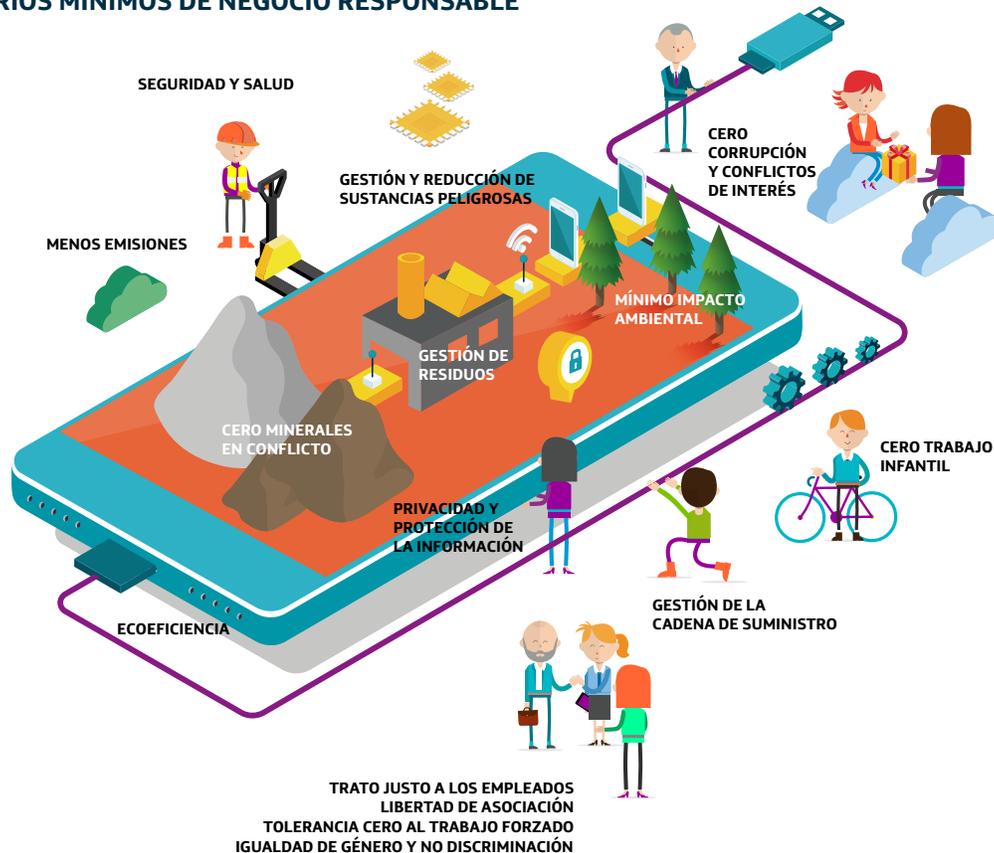
Así, todo proveedor de Telefónica debe aceptar en su inscripción y/o renovación:

- » [Política de sostenibilidad en la cadena de suministro.](#)
- » [Condiciones generales para el suministro de bienes y servicios.](#)
- » Política anticorrupción (Certificado).

Si un proveedor no alcanza el nivel exigido o no es capaz de proporcionar la información solicitada, requerimos su compromiso para implantar los planes de mejora que garanticen el cumplimiento de nuestros estándares.

En casos extremos, cuando esto no es factible, en base al acuerdo inicialmente suscrito por ambas partes, se suspenden las relaciones con el proveedor hasta que demuestre que ha corregido la situación. A cierre de este informe, 19 proveedores estaban bloqueados en nuestra base de datos por motivos de cumplimiento (el 0,18% de los adjudicados).

CRITERIOS MÍNIMOS DE NEGOCIO RESPONSABLE



308-1
414-1
414-2



Paso 2. Identificación de proveedores de riesgo

Contamos con **311 grupos empresariales y 1.072 proveedores** que nos suministran productos o servicios identificados como de posible riesgo alto en el ámbito de la **sostenibilidad**.

Nos focalizamos en aquellos proveedores más significativos por su nivel de riesgo y por el impacto que tienen sobre nuestro negocio, dado el volumen de adjudicación.

Según nuestra metodología de análisis de riesgo, realizamos el siguiente proceso:

- » Una primera valoración del posible nivel de riesgo, basándonos en **cinco aspectos generales**, así como en los correspondientes de **sostenibilidad** recogidos en nuestros [criterios mínimos de Negocio Responsable](#).

Aspectos generales:

- » Naturaleza de la actividad.
- » Localización geográfica.
- » Asociación con la marca.
- » Visibilidad para los clientes.
- » Visibilidad para otros grupos de interés externos.

Aspectos de riesgo:

- » Condiciones laborales.
 - » Seguridad y salud.
 - » Medioambientales.
 - » Derechos humanos (trabajo infantil/forzado).
 - » Minerales de zonas en conflicto.
 - » Privacidad y protección de datos.
 - » Promesa cliente.
- » A continuación, se realiza un análisis del posible riesgo teniendo en cuenta la **procedencia** y el **impacto reputacional** sobre Telefónica, de materializarse dicho riesgo.

Si un proveedor no alcanza el nivel exigido o no es capaz de proporcionar la información solicitada, requerimos su compromiso para implantar los planes de mejora que garanticen el cumplimiento de nuestros estándares.

Paso 3. Evaluación desempeño de nuestros proveedores

Llevamos a cabo el control de los posibles riesgos -financieros y no financieros- asociados a nuestros proveedores críticos identificados en el análisis inicial. Nos apoyamos en dos herramientas externas integradas con la plataforma de compras, que hacen posible la consulta online de la información por nuestros compradores en los diferentes países. Estas herramientas son:

» **Servicio Dow Jones Risk & Compliance:**

Identificamos los posibles **riesgos éticos y de corrupción** en nuestro proceso de registro al **100% de nuestros proveedores.**

Contrastamos nuestra base de datos de proveedores con [Factiva](#), base de datos elaborada por *Dow Jones Risk & Compliance*. Esta revisión se realiza tanto en el proceso de registro del proveedor como en la renovación anual de los ya existentes. Gracias a esta herramienta podemos identificar los posibles riesgos sobre comportamiento ético y corrupción, reforzando así los procesos ya establecidos para dar cumplimiento a la Política Anticorrupción.

» **EcoVadis:**

Tenemos **910 proveedores críticos evaluados** sobre aspectos de **Sostenibilidad** (incluyendo las diferentes filiales asociadas a las evaluaciones con alcance a nivel de Grupo).

Evaluamos el desempeño general en sostenibilidad de nuestros principales proveedores de alto riesgo. Para ello, nos apoyamos en la plataforma de autoevaluación de [EcoVadis](#), que facilita su evaluación 360° en base a 21 criterios de

sostenibilidad que recogen aspectos éticos, sociales, ambientales y gestión de su cadena de suministro, incluido minerales de zonas en conflicto. A cierre de 2018, alcanzamos las 338 evaluaciones a proveedores o grupos empresariales críticos (un 48% actualizaron su evaluación el año pasado).

Indicadores clave de nuestras evaluaciones:

- » **28%** han mostrado algún tipo de debilidad -**riesgo medio**- en su gestión responsable.
- » **86 proveedores/grupos** con **planes de mejora** en marcha, con un total de 1.024 acciones correctoras - un 74% de ellas completadas a fecha de publicación de este informe-.
- » **80% disponen** de **políticas de anticorrupción y soborno.**
- » **64%** reportan **indicadores** sobre **seguridad y salud.**
- » **58%** tienen la **certificación ISO 14001** en gestión ambiental.
- » **70% informan del uso de energía** o las **emisiones de GEI.**

Paso 4. Auditorías a proveedores de riesgo

19.113 auditorías administrativas o en sitio y **811 proveedores con planes de mejora** - el 8% de los adjudicados-.

Las evaluaciones de desempeño se complementan con nuestro plan anual de auditorías, desarrollado y focalizado en verificar el cumplimiento de los aspectos críticos identificados según: (i) el tipo de proveedor, (ii) el servicio y producto suministrado y (iii) los riesgos de cada región o país.

Como se recoge en la siguiente tabla, nuestras auditorías consideran los aspectos identificados en la nueva evaluación de impacto en derechos humanos.

TIPO DE PROVEEDOR	REGIÓN/PAÍS	AUDITORÍAS Y PLANES DE MEJORA	ASPECTOS DE RIESGO AUDITADOS								
			Éticos	Laborales	Seguridad y Salud	Medio Ambiente	Gestión Cadena de Suministro	Seguridad, Privacidad y PdD	Derechos Humanos - Trabajo Infantil y Forzoso-	Minerales de zonas en conflicto	
PROGRAMA ALIADOS Empresas colaboradoras intensivas de mano de obra.	9 Países en Latinoamérica ⁽¹⁾ y España.	LOCALES » 8.764 auditorías administrativas. » 9.452 auditorías <i>in situ</i> . » 451 proveedores con planes de mejora.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>	
		CORPORATIVAS » 131 auditorías <i>in situ</i> . » 145 proveedores con planes de mejora.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							
INICIATIVA JAC Centros de fabricación del sector TIC.	19 Países en Asia Latinoamérica y Este de Europa.	» 79 auditorías <i>in situ</i> -el 67% a proveedores TIER 2,3 o 4-. » 79 proveedores con planes de mejora.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
TELEFÓNICA REINO UNIDO Proveedores de Red, Servicios y obras.	En diferentes países.	» 2 auditorías <i>in situ</i> .			<input checked="" type="checkbox"/>						
		» 11 auditorías <i>in situ</i> . » 7 proveedores con planes de mejora.						<input checked="" type="checkbox"/>			
		» 3 auditorías <i>in situ</i> . » 3 proveedores con planes de mejora.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>						
TELEFÓNICA BRASIL⁽²⁾ por riesgo asociado al producto o servicio.	Brasil	» 198 auditorías administrativas. » 2 auditorías <i>in situ</i> . » 68 proveedores con planes de mejora.				<input checked="" type="checkbox"/>					
		» 244 auditorías <i>in situ</i> .			<input checked="" type="checkbox"/>						
		» 64 auditorías <i>in situ</i> . » 57 proveedores con planes de mejora.						<input checked="" type="checkbox"/>			
TELEFÓNICA ECUADOR por riesgo asociado al producto o servicio.	Ecuador	» 1 auditoría <i>in situ</i> . » 1 proveedor con planes de mejora.				<input checked="" type="checkbox"/>					

407-1
103
409-1
408-1

(1) Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Perú y Venezuela.

(2) Complementan las auditorías de Brasil gestionadas bajo el programa Aliados.



» **Detalle auditorías corporativas:**

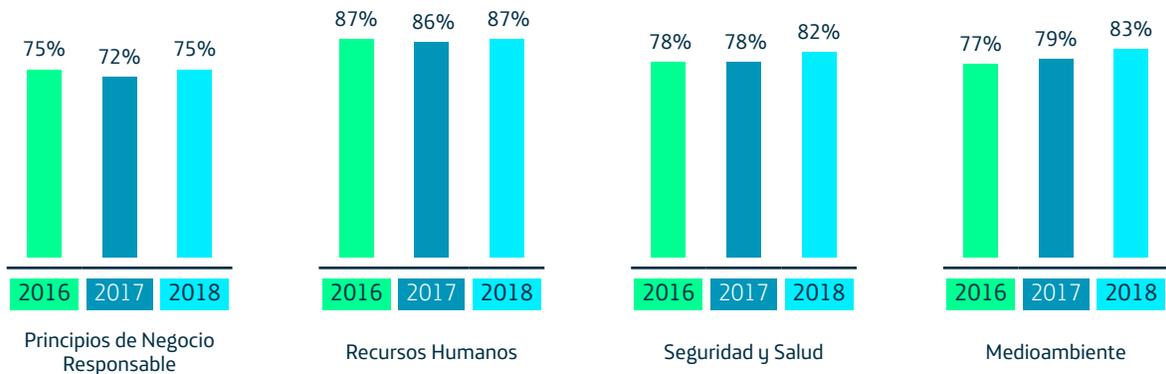
Aumentamos la exigencia de nuestros estándares e incorporamos más proveedores a nuestro proceso de auditoría. Alcanzamos un nivel de cumplimiento general del 81% (+1% respecto a 2017), detectándose leves mejoras en todas las disciplinas. Esta evolución es el resultado de la participación activa de nuestros Aliados en busca de la mejora continua, en los diferentes ámbitos y con especial foco en los aspectos laborales y de seguridad y salud en el trabajo dado el tipo de servicio -intensivos en mano de obra- que nos suministran.

La distribución de los riesgos detectados es muy similar a la de 2017, siendo la sección de Seguridad y Salud la que presenta más riesgos.

Algunos de los riesgos más comunes han sido detectados en:

- » El proceso de inducción, formación y clima laboral, así como en el de vinculación y administración de personal.
- » Respecto a los aspectos de seguridad y salud, se han concentrado en las secciones de higiene y seguridad industrial, implementación y operación, y verificación.
- » En los procesos medioambientales, en la gestión de residuos y el sistema de gestión ambiental.

RESULTADO DE AUDITORÍAS



407-1
409-1
308-1
103

Mantenemos nuestro compromiso con aspectos clave en la cadena de suministro y de alto impacto social, como el trabajo infantil y los minerales de zonas en conflicto, enmarcados en nuestro respecto a los derechos humanos.

2.5.3. Promovemos la colaboración y el engagement

14.308 cursos presenciales y **154.551 online** que contaron con más de **366.242 participantes** de las empresas Aliadas en Latinoamérica.

Telefónica apuesta firmemente por una relación abierta y colaborativa con sus proveedores. Nuestro compromiso con ellos se basa en establecer relaciones que nos permitan crear conjuntamente un impacto positivo en nuestro entorno, a través de una relación de cercanía y compartición de buenas prácticas fomentadas gracias a diferentes iniciativas o encuentros con nuestros proveedores.

Trabajamos en la gestión de las emisiones en la cadena de suministro tanto a nivel global como a nivel local. En Reino Unido, nuestras principales adjudicaciones la reducción de carbono es un aspecto más en la valoración de las ofertas. En ellas solicitamos a nuestros proveedores programas de reducción de carbono acordados por contrato o planes para establecerlos. En 2018, nuestros esfuerzos tuvieron como resultado 48 programas completos o en curso (acordados por contrato) y 3 en desarrollo.



Más información, en el capítulo '2.2. Digitalización y Medio Ambiente' sección '2.2.4. Energía y cambio climático'.

Participamos en iniciativas sectoriales donde se crea conciencia y promueven capacidades para mejorar la sostenibilidad de nuestros proveedores. Asimismo, establecemos canales de comunicación, desarrollamos foros presenciales de debate y ofrecemos formación.

De esta forma mantenemos nuestro compromiso con aspectos clave en la cadena de suministro y de alto impacto social, como el trabajo infantil y los minerales de zonas en conflicto, enmarcados en nuestro respecto a los derechos humanos.

2.5.3.1. Joint Audit Cooperation (JAC)

Participamos en la iniciativa sectorial [Joint Audit Cooperation](#), junto con otras 15 operadoras de telecomunicaciones. Aunamos esfuerzos para verificar, evaluar y desarrollar la implementación de estándares de sostenibilidad (con foco en las condiciones laborales, medioambientales y principios éticos) en fábricas de proveedores comunes, fundamentalmente en zonas de riesgo, como Asia, Latinoamérica y Europa del Este.

Al participar en esta iniciativa reforzamos nuestro plan anual de auditorías y el compromiso con la sociedad, promoviendo la sostenibilidad a largo plazo en los diferentes niveles de nuestra cadena de suministro.

Entre los proyectos específicos en los que participamos durante 2018 destacan:

» **JAC Academy.** En colaboración con Orange, Vodafone y Deutsche Telekom, tenemos como objetivo reforzar la aplicación de los estándares acordados y definidos, a través de un programa de formación a empleados de 5 proveedores comunes. Les enseñamos a auditar en requerimientos de sostenibilidad a su propia cadena de suministro, para así extender nuestra influencia en toda nuestra cadena de valor. En 2018, nuestros proveedores realizaron 25 auditorías considerando los criterios aplicados en JAC.

» **Feedback directo de los empleados de nuestros proveedores.** Con la colaboración de [Good World Solutions](#), invitamos a los empleados de 5 proveedores comunes en China a participar en una encuesta anónima a través de sus propios teléfonos móviles. Así evaluamos temas relacionados con las condiciones laborales, especialmente en temas relacionados con el número de horas trabajadas, periodos de descanso, horas extras, tratamiento de materiales químicos, etc. Durante 2018, se realizaron encuestas en 18 fábricas, obteniendo respuesta de más de 2.800 empleados de dichos proveedores.

2.5.3.2. Minerales de zonas en conflicto

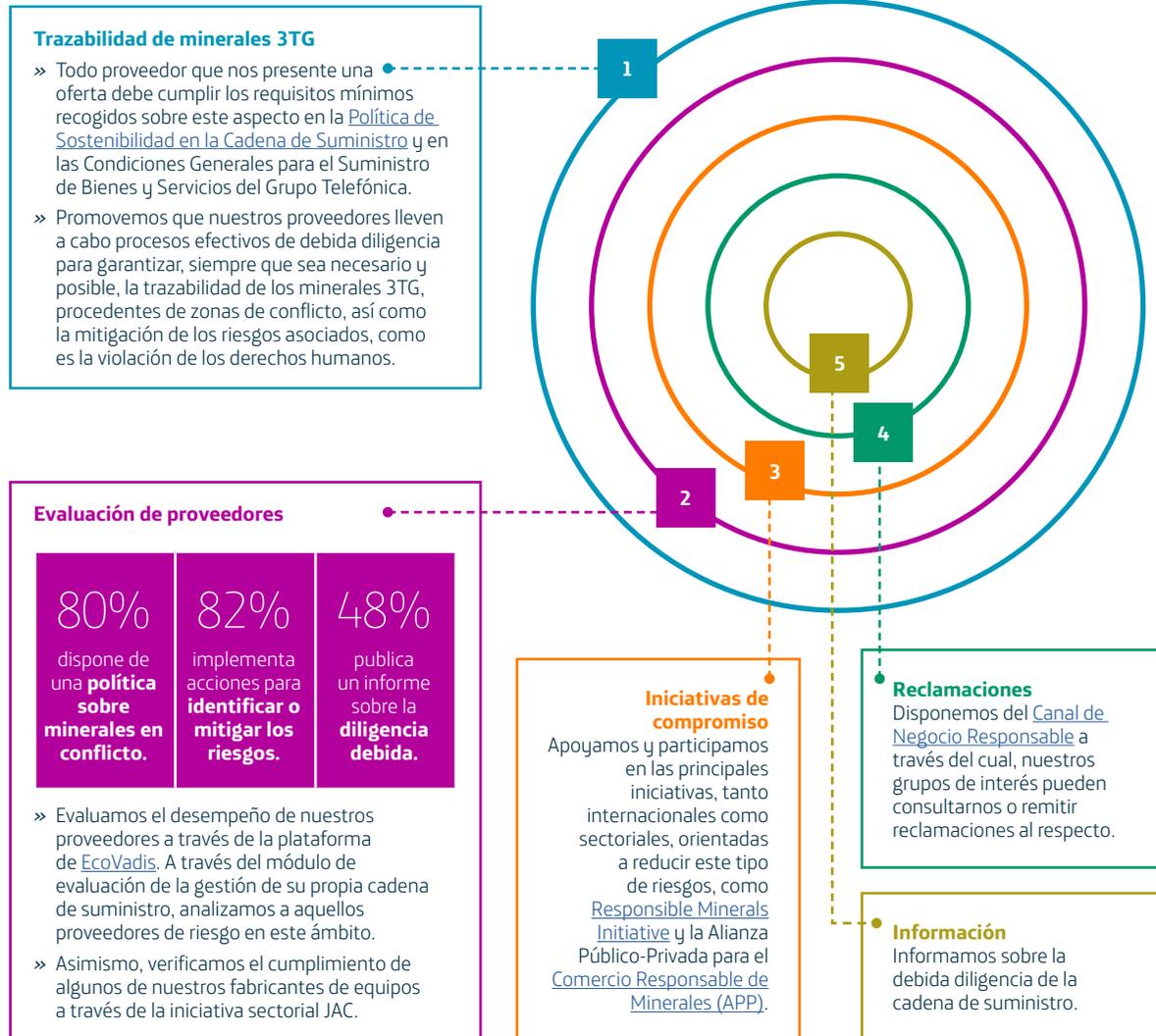
A pesar de que no tenemos relaciones comerciales directas con fundidores o refinadores, trabajamos activamente para reforzar el control que se lleva a cabo sobre el uso de este tipo de minerales en toda nuestra cadena de valor.

Adoptamos una política de empresa, basada en las directrices recogidas en el informe ["Guía de](#)

[Diligencia Debida para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales Procedentes de Áreas Afectadas por Conflictos y de Alto Riesgo](#)", de la OCDE. En esta política contemplamos las cinco etapas de la Guía y las trasladamos a nuestros proveedores.

Además, como sociedad cotizada en la Bolsa de Valores de Nueva York, cumplimos debidamente con la Sección 1.502 de la Reforma *Dodd-Frank de Wall Street* y con la Ley de Protección al Consumidor.

MINERALES EN ZONAS DE CONFLICTO



2.5.3.3. Formación y Comunicación

Durante el pasado año, mantuvimos la formación presencial u *online* (*SuccessFactors*, Academia Movistar, ICampus, etc.) a nuestros gestores internos y proveedores, atendiendo las necesidades específicas en cada país.

Esta sensibilización tiene aún más relevancia en nuestros proveedores de servicios al cliente, donde formamos específicamente a aquellos que tienen un contacto directo con nuestros clientes (*call center*, instalación y mantenimiento en casa, etc.).

Además, promovemos una comunicación continua como palanca clave para fomentar su motivación a través de diferentes canales, como nuestro boletín trimestral a Aliados (Colombia, Ecuador y México), el Portal de Aliados, *eMarketplace* o el [Portal del Proveedor](#). En este último, pueden encontrar todas nuestras políticas globales, como aquellos requerimientos específicos a nivel local. También se encuentra en él un [canal confidencial](#), para realizar consultas asociadas al cumplimiento de nuestros criterios mínimos de Negocio Responsable.

También organizamos eventos presenciales (globales y locales) con proveedores, como:

- » La **jornada “Nueva plataforma de Telefónica, GReTel (Gestión de Residuos de Telefónica)”** (celebrada en Madrid). En ella compartimos con 26 de las principales empresas colaboradoras en España, nuestro Modelo de Negocio Responsable, poniendo especial foco en nuestra gestión ambiental y gestión de residuos a través de la plataforma GReTel.
- » Seminario sobre los **Problemas Laborales Relacionados con el consumo de Marihuana**, en Chile, con la mirada desde la prevención de riesgos laborales y viales en las empresas.
- » **Workshop en Colombia para Aliados**, donde trataron aspectos como los derechos humanos, el acoso laboral y sexual por motivos de género y la seguridad de la información en el entorno digital.
- » Invitamos a nuestras **Pymes en México a participar en el Programa de Integridad Empresarial** -de la Oficina de las Naciones

Unidas contra la Droga y el Delito-, con el objetivo de consolidar la política de integridad empresarial en el país, mediante el diseño e implementación de un Código de Ética Modelo para pymes, así como el acercamiento de herramientas para la prevención de la corrupción en el sector privado.

- » **Foro de diálogo con Transparencia por Colombia** y las **Pymes** que forman parte de la cadena de suministro de Telefónica Colombia, con el objeto de conocer su lectura sobre la problemática de corrupción en el país, específicamente cómo está afectando a las pequeñas y medianas empresas en sus iniciativas, entornos de negocios y relacionamiento con el ámbito público.
- » El **Encuentro de Sostenibilidad en Brasil** con proveedores de logística, donde se conversó entre otros temas, de la explotación sexual de los menores en las carreteras del país y las emisiones de gases de efecto invernadero. Ambos aspectos de relevancia a nivel local y dado el tipo de servicio contratado.
- » **9º Workshop Global de Energía y Cambio Climático** (celebrado en Buenos Aires, Argentina), donde junto a nuestros principales proveedores analizamos actuaciones para impulsar la eficiencia energética y disminuir nuestras emisiones de CO₂. En esta edición, asistieron más de 200 personas, entre representantes de la compañía de todos los países en donde operamos y de 32 socios tecnológicos que forman parte de nuestra cadena de suministro.



Más información, en la sección '2.2.4. Energía y cambio climático'.

- » El **foro sobre Prevención de Riesgos Laborales**, con la participación de Telefónica España, proveedores, sindicatos y ADEMI - patronal del sector de empresas instaladoras de telecomunicaciones-. En él se puso en valor la importancia de la gestión de los aspectos de prevención de riesgos laborales, como uno de los pilares básicos para del desempeño de nuestra actividad. Todos ellos con el objetivo común de trabajar para lograr #cerosiniestralidad.

2.5.3.4. Encuesta de satisfacción

Nos esforzamos por conocer la opinión y prioridades de nuestros proveedores. En 2018, realizamos una encuesta a los principales proveedores para conocer su nivel de satisfacción e identificar qué aspectos son valorados positivamente y cuáles son susceptibles de mejora.

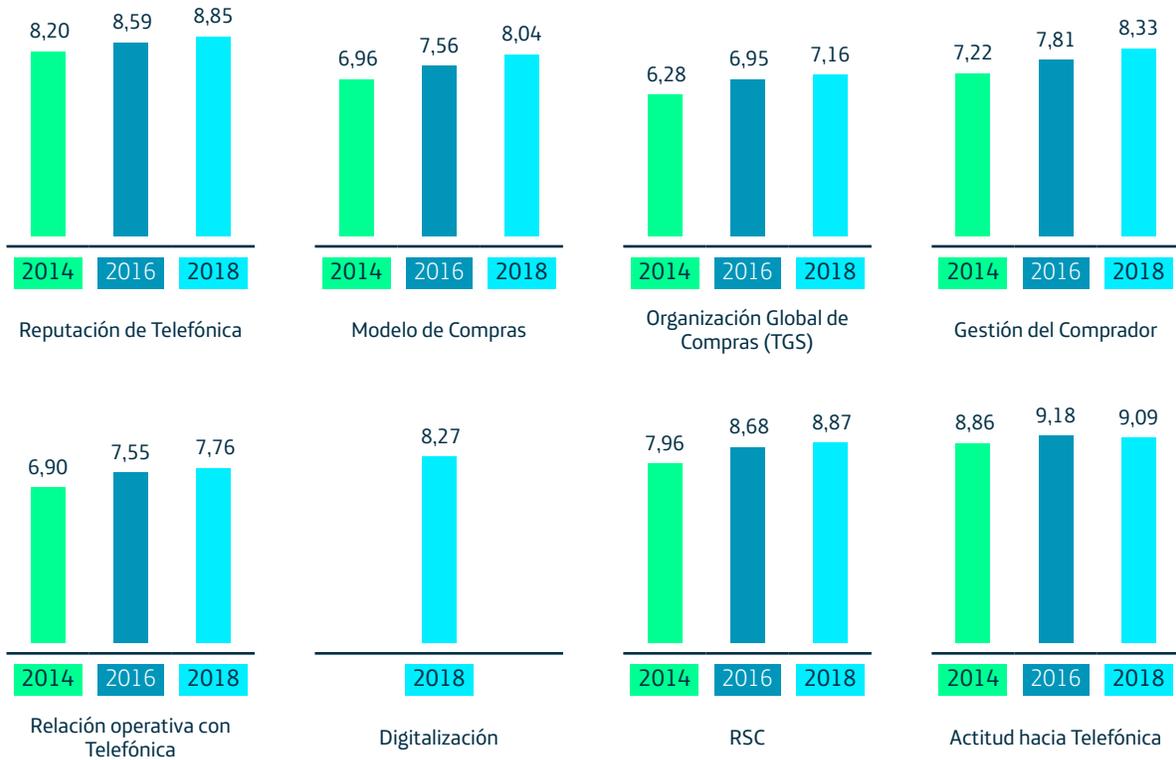
- » Lanzamos una encuesta dirigida a más de 9.300 usuarios (pertenecientes aproximadamente a 4.400 proveedores), que alcanzó un nivel de participación del 21%.
- » Las valoraciones han mejorado respecto a encuestas realizadas años anteriores, alcanzando una valoración media de 8,22 en 2018 respecto a un 8,01 en 2016, y un 7,42 en 2014 (en una escala

de 0 a 10). Nuevamente han sido las cuestiones de responsabilidad corporativa y actitud hacia Telefónica las mejor valoradas.

Entre los aspectos mejor valorados por nuestros proveedores se encuentran: el liderazgo y la reputación de Telefónica en el sector de las telecomunicaciones, la honestidad y transparencia de los compradores, la incorporación de la digitalización en el proceso de compras y sobre todo que Telefónica promueve el respeto por los derechos humanos y esté aplicando un compromiso con la sostenibilidad en la cadena de suministro.

Los proveedores identificaron otros aspectos susceptibles de mejora como la emisión de los pedidos de compra en tiempo y forma, que asegure las condiciones de pago establecidas.

EVOLUCIÓN DE RESULTADOS EN LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES



La satisfacción de nuestros proveedores ha mejorado respecto a años anteriores alcanzando una valoración media de 8,22 en 2018, siendo nuestro compromiso con la sostenibilidad uno de los aspectos mejor considerados.



2.5.4. Hitos y retos

HITOS 2018: El año pasado alcanzamos el 100% de cumplimiento en las metas fijadas:

- » Ampliación del alcance del proceso de evaluación de EcoVadis, incluyendo a más de 910 principales proveedores de riesgo (incluyendo las diferentes filiales asociadas a las evaluaciones con alcance a nivel de Grupo).
- » Implementación de estándares de sostenibilidad en la propia cadena de suministro de nuestros fabricantes de equipamiento, a través de la participación de 5 de nuestros proveedores en la iniciativa "JAC Academy".
- » Desarrollo del módulo de seguimiento de auditorías en nuestra herramienta de gestión y reporte de indicadores asociados al Plan de Negocio Responsable.
- » Aprobación de la instrucción interna sobre la gestión de los riesgos de seguridad (privacidad y protección de datos) asociados a proveedores.
- » Compartición de buenas prácticas con nuestros proveedores en el ámbito de la gestión sostenible, a través de diversos eventos, talleres y/o formación específica.
- » Automatizamos en nuestra plataforma de compras la información disponible sobre el riesgo financiero de nuestros proveedores, mejorando así la gestión del riesgo en cada uno de los países.

RETOS 2019:

- » Continuar ampliando el alcance del proceso de evaluación de EcoVadis, incluyendo a 1.000 proveedores.
- » Trabajar con nuestros proveedores de riesgo en definir objetivos para indicadores clave en materia de seguridad, salud y bienestar.
- » Reducir las emisiones de CO₂ en nuestra cadena de suministro un 30% por euro comprado a 2025 respecto a 2016.
- » Contribuir a que JAC pueda llevar a cabo 90-110 auditorías a proveedores y a formar auditores internos de nuestros proveedores.
- » Sensibilizar a los responsables de contratos internos en lo relativo a la gestión de terceros fomentando el cumplimiento de la legislación vigente a nivel local en cada país.

2.6. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio

2.6.1. Principales aspectos de gobierno coporativo

El sistema de gobierno corporativo en Telefónica permite que nuestra Compañía desarrolle sus actuaciones en defensa de todos los grupos de interés, y, en particular, de sus accionistas e inversores. Tal y como se indica posteriormente, el Consejo de Administración de la Compañía se configura como el órgano de supervisión y gestión de esta, contando para ello con el apoyo de una Comisión Delegada y de Comisiones consultivas o de control. De igual manera, Telefónica cuenta con todo un conjunto de normativas, controles y procesos, encaminados a garantizar una adecuada gestión.

En el Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio 2018 (capítulo 5 de este informe) se proporciona una información completa y razonada sobre la estructura y prácticas del gobierno de Telefónica, así como del grado de

seguimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas en España. En esa sección se presenta información más detallada referente a:

2.6.1.1. Órganos de Gobierno

El Consejo de Administración de Telefónica está compuesto por 17 Consejeros, y es el órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, con competencia exclusiva sobre materias como las políticas y estrategias generales de la Sociedad, lo que incluye las relacionadas con gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa, retribuciones de los Consejeros y Altos Directivos, y remuneración al accionista; así como las inversiones estratégicas.

A continuación, se detalla la composición del Consejo de Administración y la de cada una de sus Comisiones. Información más completa se puede consultar en el [capítulo 5](#) de este Informe documento ([Informe Anual de Gobierno Corporativo](#)).

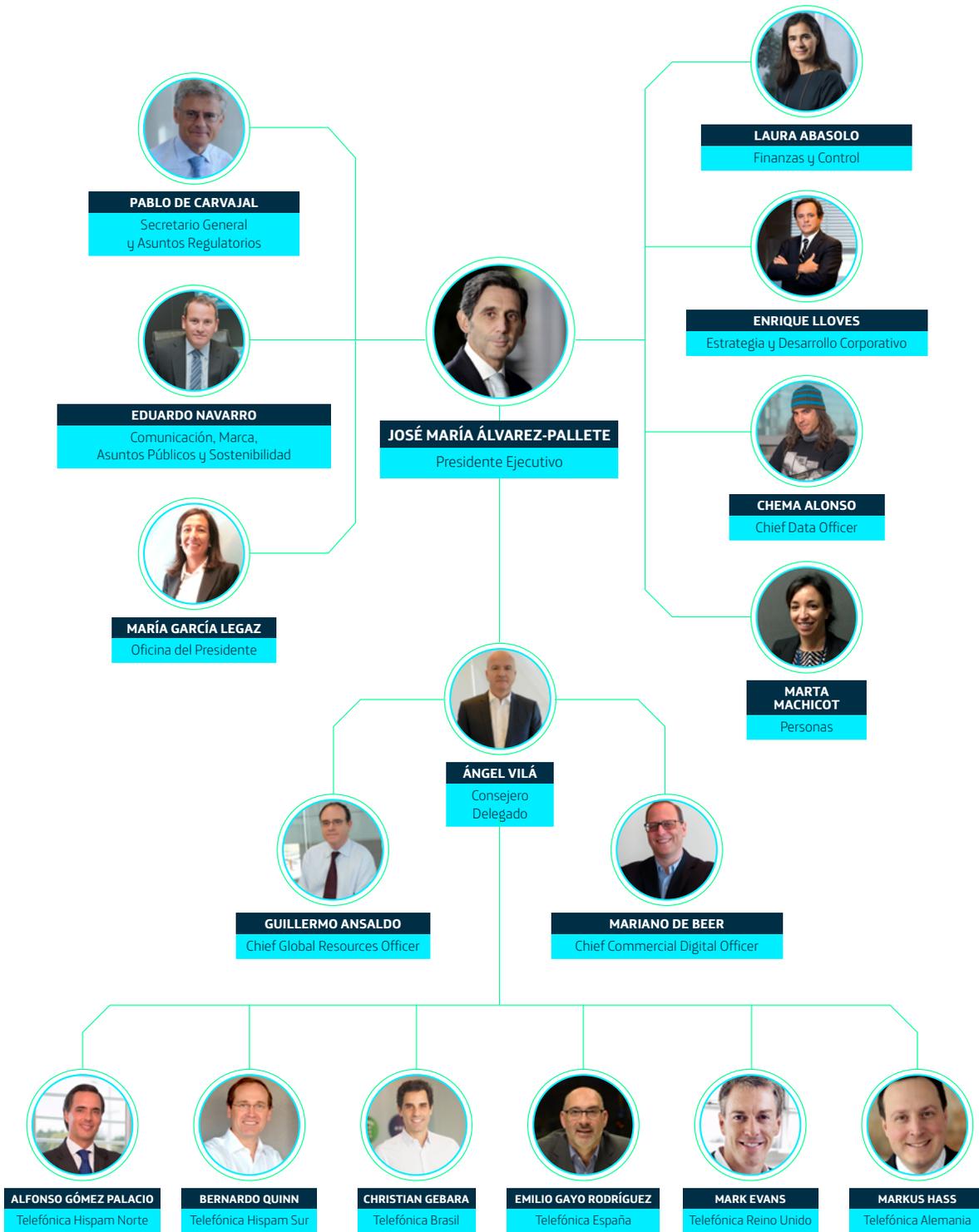


102-19
 102-18
 102-22

CARGO	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN				COMISIÓN DE CONSEJO							PARTICIPACIÓN EN EL CAPITAL SOCIAL	OTROS DATOS	
	Ejecutivo	Dominical	Independiente	Otro Externo	Comisión Delegada	Auditoria y control	Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno	Calidad del Servicio y Atención Comercial	Regulación y Asuntos Institucionales	Estrategia e Innovación	% Capital Directo e Indirecto	Fecha del primer nombramiento	Nacionalidad	
D. José María Álvarez-Pallete López	Presidente	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/> (1)						0,034	26/7/2006	Española	
D. Isidro Fainé Casas	Vicepresidente		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>						0,012	26/1/1994	Española	
D. José María Abril Pérez	Vicepresidente		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		0,009	25/7/2007	Española	
D. Ángel Vilá Boix	Consejero Delegado	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>						0,013	26/7/2017	Española	
D. Juan Ignacio Cirac Sasturain	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>		0	8/4/2016	Española	
D. José Javier Echenique Landiribar	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> (1)	<input checked="" type="checkbox"/>				0,002	8/4/2016	Española	
D. Peter Erskine	Vocal			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/> (1)		0,001	25/1/2006	Inglesa	
D ^a Sabina Fluxà Thienemann	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				0	8/4/2016	Española	
D. Luiz Fernando Furlán	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				0,001	23/1/2008	Brasileña	
D ^a Carmen García de Andrés	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				0	4/5/2017	Española	
D ^a María Luisa García Blanco	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			0	25/4/2018	Española	
D. Jordi Gual Solé	Vocal	<input checked="" type="checkbox"/>						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		0	31/1/2018	Española	
D. Peter Löscher	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/> (1)		<input checked="" type="checkbox"/>		0,003	8/4/2016	Austriaca	
D. Ignacio Moreno Martínez	Vocal	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> (1)			0	14/12/2011	Española	
D. Francisco Javier de Paz Mancho	Vocal y Consejero Independiente Coordinador ("Lead Director")		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> (1)		<input checked="" type="checkbox"/>		0,001	19/12/2007	Española	
D. Francisco José Riberas Mera	Vocal		<input checked="" type="checkbox"/>								0,049	4/5/2017	Española	
D. Wang Xiaochu	Vocal	<input checked="" type="checkbox"/>									0	30/9/2015	China	

(1) Presidente de la Comisión.

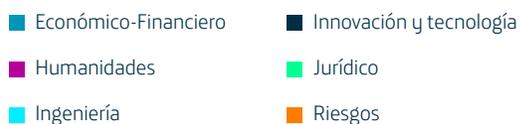
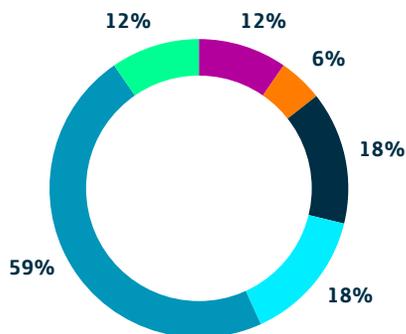
COMITÉ EJECUTIVO DE TELEFÓNICA



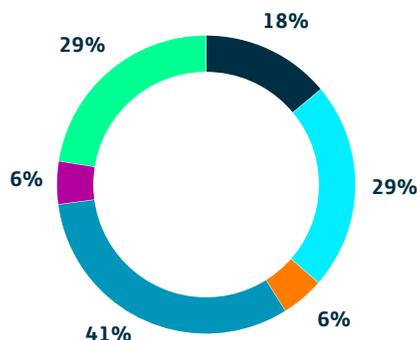
2.6.1.2. Diversidad del Consejo

El Consejo de Administración de Telefonía, S.A. aprobó en diciembre de 2017 la actualización de su "Política de Diversidad en relación con el Consejo de Administración de Telefonía, S.A. y de Selección de Consejeros", que puede consultarse en su versión completa en la página web de Telefonía.

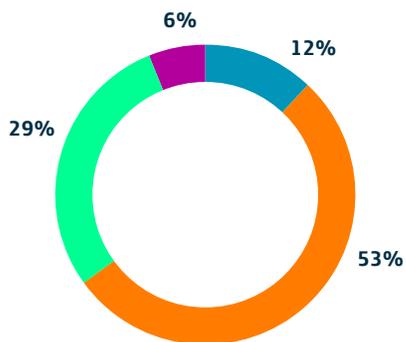
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES



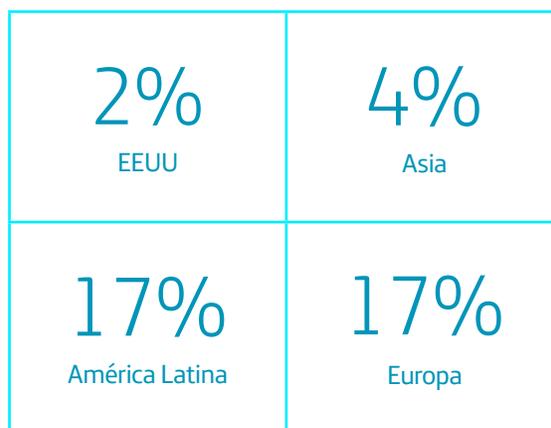
EXPERIENCIA PROFESIONAL



INDEPENDENCIA DEL CONSEJO

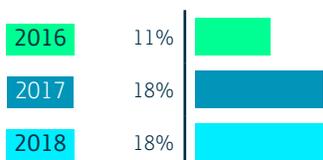


EXPERIENCIA INTERNACIONAL

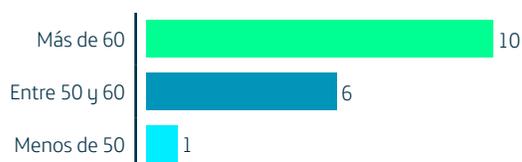


MUJERES EN EL CONSEJO

(%)



DIVERSIDAD DEL CONSEJO POR EDADES



2.6.1.3. Remuneración de los Consejeros

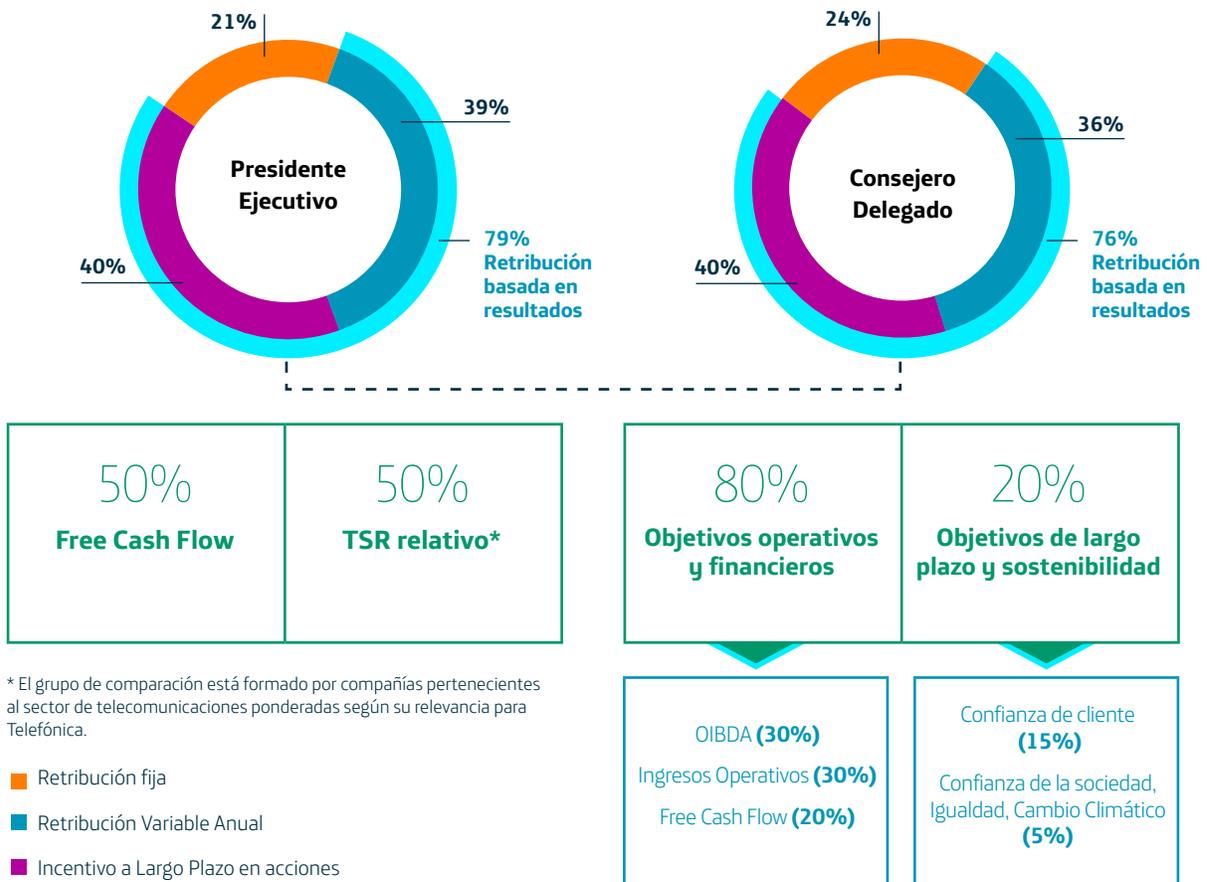
Consejeros Ejecutivos

El sistema retributivo de los Consejeros Ejecutivos de Telefónica se caracteriza por su competitividad y exigencia. La retribución variable, diseñada para incentivar la consecución de los objetivos de la compañía, tanto a corto plazo como a largo plazo, constituye uno de los pilares fundamentales de dicho sistema. La percepción de la Retribución Variable Anual está vinculada a la consecución de objetivos financieros, de negocio, de satisfacción de clientes y sostenibilidad. Por su parte, la retribución variable a largo plazo está vinculada a la creación de valor en el Grupo Telefónica a medio y largo plazo, al medir el retorno de la inversión para el accionista, y a objetivos económico-financieros. Todos los objetivos son predeterminados, concretos,

cuantificables y alineados con los objetivos estratégicos de Telefónica, y son estrictamente fijados y evaluados por la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, que además realiza un seguimiento de estos, de forma que garantice su alineamiento con los intereses sociales de Telefónica. Los Consejeros Ejecutivos cuentan con un sistema de retribución variable plenamente flexible que permite que éstos puedan no percibir importe alguno por este concepto en caso de que no se alcancen los umbrales mínimos de cumplimiento. El porcentaje de retribución variable a corto y largo plazo puede ser relevante en caso de un cumplimiento máximo de objetivos. En todo caso, dicho porcentaje respecto a la retribución total (considerando a estos efectos como tal la suma de la Retribución Fija, la Retribución Variable Anual y el incentivo a largo plazo anualizado) no superaría el 85%. A continuación, se presenta el mix retributivo de los Consejeros Ejecutivos de Telefónica atendiendo a un escenario de cumplimiento de objetivos target:

ESTRUCTURA DE LA RETRIBUCIÓN DE LOS CONSEJEROS EJECUTIVOS EN 2019

En Telefónica, la retribución basada en resultados* tiene un peso significativo en la retribución total (estructura de la retribución para un cumplimiento de **objetivos al 100% o nivel target**)



Consejeros en su condición de tales

La remuneración que corresponde a los Consejeros en su condición de tales se estructura, dentro del marco legal y estatutario, con arreglo a los criterios y conceptos retributivos indicados a continuación, dentro del límite máximo a tal efecto determinado por la Junta General de Accionistas, de conformidad con lo previsto en el artículo 35 de los Estatutos Sociales.

De acuerdo con lo anterior, la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el día 11 de abril de 2003 fijó en 6 millones de euros el importe máximo bruto anual de la retribución a percibir por los Consejeros en su condición de miembros del Consejo de Administración.

La remuneración anterior tiene, en todo caso, el carácter de máxima, correspondiendo al Consejo de Administración la propuesta de distribución de su importe entre los distintos conceptos y entre los distintos Consejeros, teniendo en cuenta las funciones y responsabilidades atribuidas a cada Consejero, la pertenencia a Comisiones dentro del Consejo de Administración y las demás circunstancias objetivas que considere relevantes.

En relación con el ejercicio 2019, en función de los resultados obtenidos en el análisis de competitividad externa del paquete retributivo de los Consejeros, la Comisión ha propuesto al Consejo no incrementar la retribución fija de los Consejeros, tanto en su condición de tales como por el desempeño de funciones ejecutivas, durante el ejercicio 2019:



	Consejo de Administración	Comisión Delegada	Comisiones Consultivas o de Control ⁽¹⁾
Presidente ⁽²⁾	240.000 €	80.000 €	22.400 €
Vicepresidente	200.000 €	80.000 €	-
Vocal Dominical	120.000 €	80.000 €	11.200 €
Vocal Independiente	120.000 €	80.000 €	11.200 €
Otro Externo	120.000	80.000	11.200

(1) Adicionalmente, el importe de la dieta por asistencia a cada una de las reuniones de las Comisiones Consultivas o de Control es de 1.000 euros.

(2) A este respecto, el Presidente Ejecutivo, ha renunciado al cobro de los importes anteriormente indicados (esto es, 240.000 euros como Presidente del Consejo de Administración, y 80.000 euros como Presidente de la Comisión Delegada).

Los Consejeros Ejecutivos podrán renunciar a percibir dichas asignaciones.

Además, los Consejeros no Ejecutivos perciben la remuneración que les corresponde por pertenecer a determinados órganos de administración de algunas sociedades filiales y participadas de Telefónica.

Los valores de las retribuciones medias de los Consejeros se expresan en la siguiente tabla, en la que se incluyen las retribuciones percibidas por el Presidente y el Consejero Delegado en cuanto Consejeros Ejecutivos.

	Retribución total media	
	Hombres	Mujeres
Consejeros	772.320	161.905

Información más completa y detallada se puede consultar en el [Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros de Telefónica, S.A.](#) en la página web de Telefónica.

2.6.1.4. Efectividad del Consejo

En Telefónica aplicamos procedimientos y prácticas específicos diseñados para garantizar la responsabilidad del Consejo y una alineación con los intereses de los accionistas. En este sentido, en Telefónica medimos parámetros concretos para monitorizar la eficiencia de nuestro órgano de gobierno. En 2018, el Consejo ha celebrado un total de 12 sesiones, con una duración media de 3 horas y 30 minutos por reunión.



Valoración del trabajo de los Consejeros:

En relación con la evaluación del Consejo de Administración correspondiente al ejercicio 2018, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, en su reunión celebrada el 19 de febrero de 2019, revisó y analizó los resultados de la evaluación del Consejo de dicho ejercicio, realizada por los Consejeros de Telefónica, S.A. acerca del funcionamiento de dicho Consejo de Administración, de sus Comisiones y de la Junta General de la Compañía. En líneas generales, se concluyó que los Consejeros habían manifestado un alto grado de satisfacción con la organización y actividades de los referidos órganos de gobierno.

Asimismo, y como consecuencia de dicha evaluación, se identificaron determinadas áreas de mejora, a la vista de las cuales, y tras un examen y análisis detallado de los resultados alcanzados, el Consejo de Administración, a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, aprobó las propuestas de mejora que se señalan seguidamente, con objeto de optimizar el funcionamiento de los Órganos de Gobierno de la Compañía:

- i) Continuar con la implantación de medios y acciones que permitan un óptimo desarrollo de la Junta General de Accionistas.
- ii) Seguir con el proceso de análisis de la composición del Consejo cara a planes de sucesión y con la aplicación de la Política de Diversidad.
- iii) Valorar incluir, en el Orden del Día del Consejo y de la Comisión Delegada, más presentaciones relacionadas con la estrategia, para que puedan ser objeto de debate.

Temas relevantes tratados, tanto por la comisión delegada como por el Consejo:

- » Operaciones de financiación del Grupo Telefónica.
- » evolución del negocio en los distintos países donde opera el Grupo Telefónica.
- » La situación regulatoria del sector de las telecomunicaciones (entre otros, modificaciones normativas y subastas de espectro).
- » Ética Empresarial y Negocio Responsable.
- » Otros temas relacionados con el negocio como nuestro proceso de digitalización, evolución tecnológica de nuestras redes, servicios digitales (IoT, Big Data etc..).
- » Operaciones corporativas.

2.6.2. Pilares éticos, corrupción y soborno

2.6.2.1. Valores, principios y estándares de conducta

Un comportamiento ético y responsable es clave para contar con la confianza de nuestros grupos de interés y la sostenibilidad del negocio. Es por ello, que los [Principios de Negocio Responsable](#), nuestro código ético basado en la integridad, el compromiso y la transparencia, son un pilar básico en la estrategia y en la cultura de Telefónica. Recogen, entre otros, la no discriminación y la tolerancia cero a la corrupción.

Para asegurarnos de que los Principios de Negocio Responsable son un hilo conductor en todo lo

que hacemos, incorporamos la sostenibilidad a nuestra estructura de gobernanza y a la estrategia, desarrollando políticas y procedimientos, indicadores estratégicos y objetivos asociados a funciones clave en la Compañía. Todas estas actuaciones conforman nuestro Plan de Negocio Responsable.

El seguimiento del Plan de Negocio Responsable y de los indicadores no financieros de la Compañía se hace a través de la Oficina de Negocio Responsable, que reúne a los máximos responsables de las áreas, que asumen compromisos o bien identifican e incorporan las oportunidades en materia de sostenibilidad a sus propuestas de valor. La Oficina, presente en nuestras principales operadoras, se reúne 4 veces al año.

Esta Oficina reporta directamente al Consejo de Administración, a través de la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales, que se reúne cada mes.

2.6.2.2. Gobierno y gestión de Negocio Responsable

<p>Además de la responsabilidad que asume el Consejo de Administración, los Comités Ejecutivos de las operadoras del Grupo asumen la implementación de los Planes de Negocio Responsable a nivel país.</p>	<p>La Oficina de Negocio responsables reúne a los máximos responsable de Cumplimiento, Auditoría, Servicios Jurídicos, Recursos Humanos, Asuntos Públicos, Ética Corporativa y Sostenibilidad, Compras, Operaciones, Marketing, Seguridad y Big Data.</p>
---	--



102-16
103
205-3
102-33
102-20
102-26
102-27
102-29
102-30
102-31

2.6.2.3. Normas internas

La relevancia de la sostenibilidad para Telefónica ha sido puesta de manifiesto por su alta dirección en numerosos foros internos y externos. En 2018, el Consejo y el Comité Ejecutivo de Telefónica, en función del rango de la normativa, aprobaron o actualizaron las siguientes normas internas que desarrollan nuestros Principios de Negocio Responsable:

- » Nueva versión de la [Política Global de Privacidad](#).
- » Nueva versión de la [Política Ambiental Global](#).
- » [Normativa de Seguridad, Salud y Bienestar en el Trabajo](#).
- » [Normativa Global de Comunicación Responsable](#).
- » [Principios de Inteligencia Artificial](#).
- » [Normativa de Relacionamiento del Grupo Telefónica con Entidades Públicas](#).

Se refuerza el marco interno que ya cuenta con políticas globales aprobadas en años anteriores en materia de anticorrupción, seguridad, diversidad, etc.

Todas las políticas y normativas se detallan en las diferentes secciones de este informe; excepto la Normativa Global Comunicación Responsable. Por ello aclaramos que esta normativa define las pautas generales de actuación cuando comunicamos hacia clientes y a través de publicidad, hacia otros grupos de interés, a través de Redes Sociales, cuando generamos contenidos y cuando emitimos publicidad de terceros. También estipula el Comité de Crisis Reputacional en caso de un posible impacto reputacional negativo.

2.6.2.4. Nuestra cultura de negocio responsable

Todos los empleados de la Compañía deben conocer y cumplir los Principios de Negocio Responsable. Para difundirlos y reforzar el compromiso interno, desarrollamos una campaña global de comunicación interna, que se renueva cada año, abordando diferentes materias: conflicto de interés, regalos e invitaciones, compras responsables, medioambiente etc.

a) Formación

Todos los empleados deben completar el curso de Principios de Negocio Responsable. En 2018 se lanzó un nuevo curso, asignado a todos los empleados. A 31 de diciembre de 2018, el 90.4 % de los empleados dados de alta en la plataforma de formación Corporativa habían completado el curso, lo que supone 101.431 empleados⁽¹⁾.

Además de la iniciativa anterior hay que destacar la formación sobre anticorrupción, en concreto, sobre los riesgos de corrupción pública internacional (*Foreign Corrupt Practices Act*), iniciada en 2017 y cuya implantación se está llevando a cabo (en distintas fases) en todo el Grupo Telefónica de forma gradual. La formación va dirigida a determinadas áreas de la organización, aquéllas con potencial mayor exposición material al riesgo de corrupción ("Áreas Target"). Durante el año 2018, el despliegue de la formación se ha llevado a cabo en las operaciones de Uruguay, Argentina, Panamá, Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, Colombia, Perú, Chile y Ecuador. En concreto, el número de empleados a los que se ha asignado la formación, ya sean directivos o no, desde 2017 supera los 54.000. La formación se presenta en dos formatos: por una parte, una formación presencial dirigida a los comités de dirección, directivos y ciertos pre-directivos de Áreas Target; por otra parte, una formación online (disponible en español, inglés y portugués) dirigida al resto de empleados de Áreas Target.

También destacamos las iniciativas de formación en materia de responsabilidad penal que se han desarrollado o se pueda estar definiendo tanto en España como en otras sociedades y/o en otros países de la huella Telefónica, tales como México o Perú, todo ello en fusión de la legislación local aplicable.

b) Cumplimiento

El compromiso de la Compañía en la lucha contra la corrupción y el soborno que, sin perjuicio de las actividades llevadas a cabo con anterioridad por otras áreas de la organización, tuvo su manifestación más relevante, desde el punto de vista organizativo, con la creación del área independiente de *Compliance* y con el nombramiento del *Chief Compliance Officer*, ha continuado siendo reforzado, más aún si cabe, a lo largo de 2018.

(1) Los empleados de Alemania realizaron esta formación en su versión anterior y a fecha 31 de diciembre su porcentaje de cumplimiento es de 82.5%. El motivo por el cual están excluidos del alcance de la información arriba reportada es debido a que el nuevo curso de Principios de Negocio Responsable necesitaba de la aprobación del Consejo de Empleados de Telefónica Alemania.

En este ejercicio, se produjo la consolidación de las áreas de cumplimiento locales, creadas a lo largo de los años 2016 y 2017. A cierre de 2018, contábamos con un total de 18 unidades locales de cumplimiento y asesoramiento, además del área global de *Compliance*. Su creación y consolidación ha ayudado significativamente a reforzar la cultura de cumplimiento en los países y unidades de negocio.

El área de *Compliance* vela por el cumplimiento en materia de integridad, lo que incluye fundamentalmente la lucha contra la corrupción y el soborno, tanto a nivel público como privado. En 2018, se han mantenido y reforzado los controles existentes, gracias al modelo de mejora continua instaurado a nivel de Cumplimiento y en el que se basa la política de tolerancia cero a la corrupción y al soborno.

Destacan como elementos de control, la existencia de normativas específicas (por ejemplo, la Política Anticorrupción aprobada en 2015 y, en desarrollo de la misma, la Normativa de Relacionamiento con Entidades Públicas aprobada en 2018, de protocolos de valoración de terceros, de modelos de prevención penal, de procedimientos de valoración de riesgos (incorporados al mapa global de gestión de riesgos), de herramientas de consultas sobre normativa interna, de iniciativas en formación y comunicación; para reforzar la cultura de cumplimiento, así como canales de denuncia y herramientas de reporte de eventuales conflictos de interés.

El número de consultas y comunicaciones⁽¹⁾ dirigidas por los empleados del Grupo Telefónica al área de Cumplimiento, en relación con la normativa interna y fundamentalmente con la Política Anticorrupción, se ha incrementado en gran medida respecto del ejercicio anterior. En concreto, y a título ilustrativo, el número de consultas y comunicaciones gestionadas por el área global de Cumplimiento, lo que incluye las consultas y comunicaciones realizadas por los empleados de Telefónica, S.A. y a otras sociedades de ámbito corporativo, asciende a 515.

Asimismo, el área de Cumplimiento focaliza sus esfuerzos en otras materias, distintas a la integridad, consideradas especialmente sensibles desde el punto de vista de cumplimiento normativo. Se destacan a continuación algunas de las actuaciones llevadas a cabo en las materias de:

- » **Privacidad**, donde la actividad se ha centrado en el Reglamento General de Protección de Datos, aprobado por la Unión Europea.

- » **Competencia**, donde se han realizado esfuerzos específicos en mantener y crear nuevos elementos de control, esfuerzos que continuarán en 2019. Entre dichos controles, destacan acciones formativas y de concienciación, así como de desarrollo de normativa y protocolos internos.

- » **Blanqueo de capitales**: Respecto al cumplimiento de la normativa en esta materia, la Compañía dispone de controles generales y específicos en materia de pagos (entre los que se encuentran procedimientos de debida diligencia sobre proveedores y socios comerciales definidos desde un punto de vista de cumplimiento, lo que incluye el contraste con bases de datos de terceros con listas de personas y entidades sancionadas), que se completan con el cumplimiento de los requisitos establecidos en la legislación de cada país de forma específica y/o como sujeto obligado en esta materia.

c) Mecanismos de reclamación y remedio. Canales de denuncia y consulta.

En el caso de los canales de denuncia y consulta, los empleados de Telefónica tienen a su disposición diferentes canales a través de los que realizar consultas, buscar consejo, o plantear denuncias en relación con los Principios de Negocio Responsable y la normativa aplicable.

En 2018 se aprobó una nueva Política de Gestión del Canal de Denuncias, que unifica las normativas de gestión de los empleados, directivos, consejeros y restantes grupos de interés de la Compañía. A través del mismo, pueden comunicar cualquier información de la que se tenga conocimiento, por cualquier medio -formal o no-, sobre la existencia de una posible irregularidad, acto contrario a la legalidad o a las normas internas; incluidas también las eventuales irregularidades relativas a temas contables, cuestiones relativas a auditoría y/o aspectos relacionados con el control interno sobre el reporte financiero, en cumplimiento de la sección 301 de la Ley Sarbanes-Oxley de los EEUU y otros requerimientos en este sentido. Las comunicaciones a través del Canal de Denuncias pueden realizarse de forma anónima si así se desea. En la gestión del Canal de Denuncias rigen los principios de confidencialidad de los datos aportados y de las declaraciones realizadas, respeto y fundamento.

Por medio del Canal de Denuncias y otras vías de reporte internas, se recibieron en el ejercicio 2018 un total de 912 denuncias. Como resultado de las investigaciones durante dicho ejercicio, 404 denuncias



resultaron fundadas. Entre las medidas adoptadas como consecuencia de las denuncias fundadas, hubo 167 extinciones del contrato de trabajo. De las investigaciones cerradas, cabe concluir que hubo un caso por corrupción y un caso por discriminación.

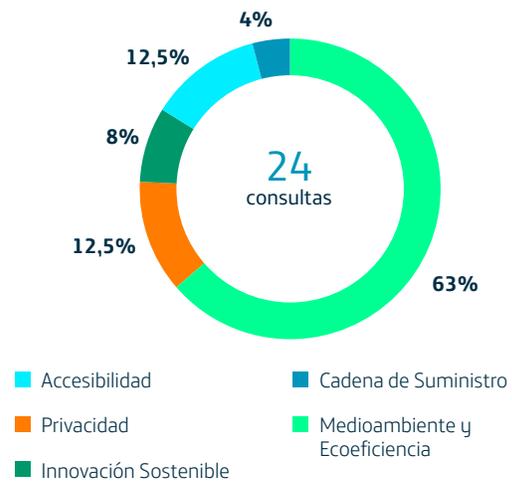
NATURALEZA DENUNCIAS FUNDADAS
(% sobre total denuncias fundadas)



Adicionalmente contamos con un [Canal de Negocio Responsable](#) a través del cual todos nuestros grupos de interés pueden consultar, comunicar o reportar, de forma anónima o personal, consultas, peticiones o reclamaciones sobre cualquier aspecto relacionado con los Principios de Negocio Responsable.

En 2018 recibimos 24 consultas, de las cuales han sido resueltas y cerradas 24:

CONSULTAS RECIBIDAS EN 2018⁽³⁾



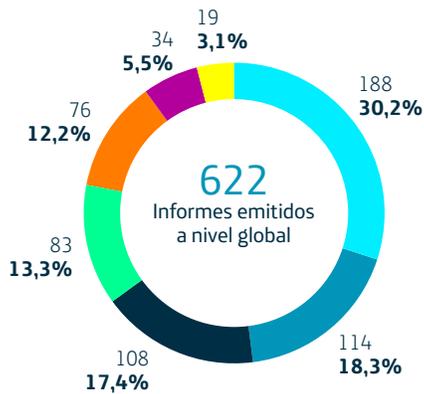
(1) La categoría acoso incluye un caso de discriminación.
 (2) La categoría Varios incluye un caso de corrupción.
 (3) Del resto de temáticas no se ha recibido ninguna consulta (Derechos Humanos, Libertad de Expresión, Integridad, Diversidad y Gestión del Talento).

d) Control interno

El control interno de la Compañía se basa en la actividad de Auditoría Interna y en los sistemas de gestión de riesgos. Dentro de las actividades encomendadas a Auditoría Interna se encuentra la de supervisión, en base muestral, de los controles clave del proceso de salida de fondos en Telefónica. Toda ello bajo el control de la Comisión de Auditoría y Control del Consejo de Administración.

Durante 2018, Auditoría Interna emitió 622 informes a nivel global, divididos en las siguientes categorías:

INFORMES EMITIDOS POR AUDITORÍA INTERNA



- Auditorías financieras o de sistemas de información destinadas, fundamentalmente, a la revisión del control interno sobre los procesos financieros.
- Revisión del ciclo de ingresos.
- Supervisión de los principales riesgos tecnológicos y el de cumplimiento de las disposiciones legales que afectan a las redes de servicio, y los que afectan a los sistemas de información.
- Informes destinados a verificar el correcto cumplimiento de otras obligaciones legales.
- Análisis total o parcial de los procesos relacionados con el ciclo de gasto e inversión.
- Prevención fraude/corrupción, revisión de actuaciones personales.
- Otros trabajos.

2.6.2.5. Colaboración con organizaciones sectoriales y lobby

Telefónica se mantiene neutral a nivel político. En ningún momento tomamos posición, directa o indirectamente, a favor o en contra, de ningún partido político y por ello no realizamos donaciones a los mismos. Esto no impide que demos a conocer nuestros puntos de vista en los asuntos que puedan afectar a la gestión y a la sostenibilidad de la Compañía a través de actividades de *lobbying*.

Nuestro gasto en contribuciones a entidades sectoriales y organizaciones o personas que ejerzan actividades de representación para Telefónica fue de 4 millones de euros en 2018, de los cuales más del 95% lo dedicamos a entidades sectoriales .

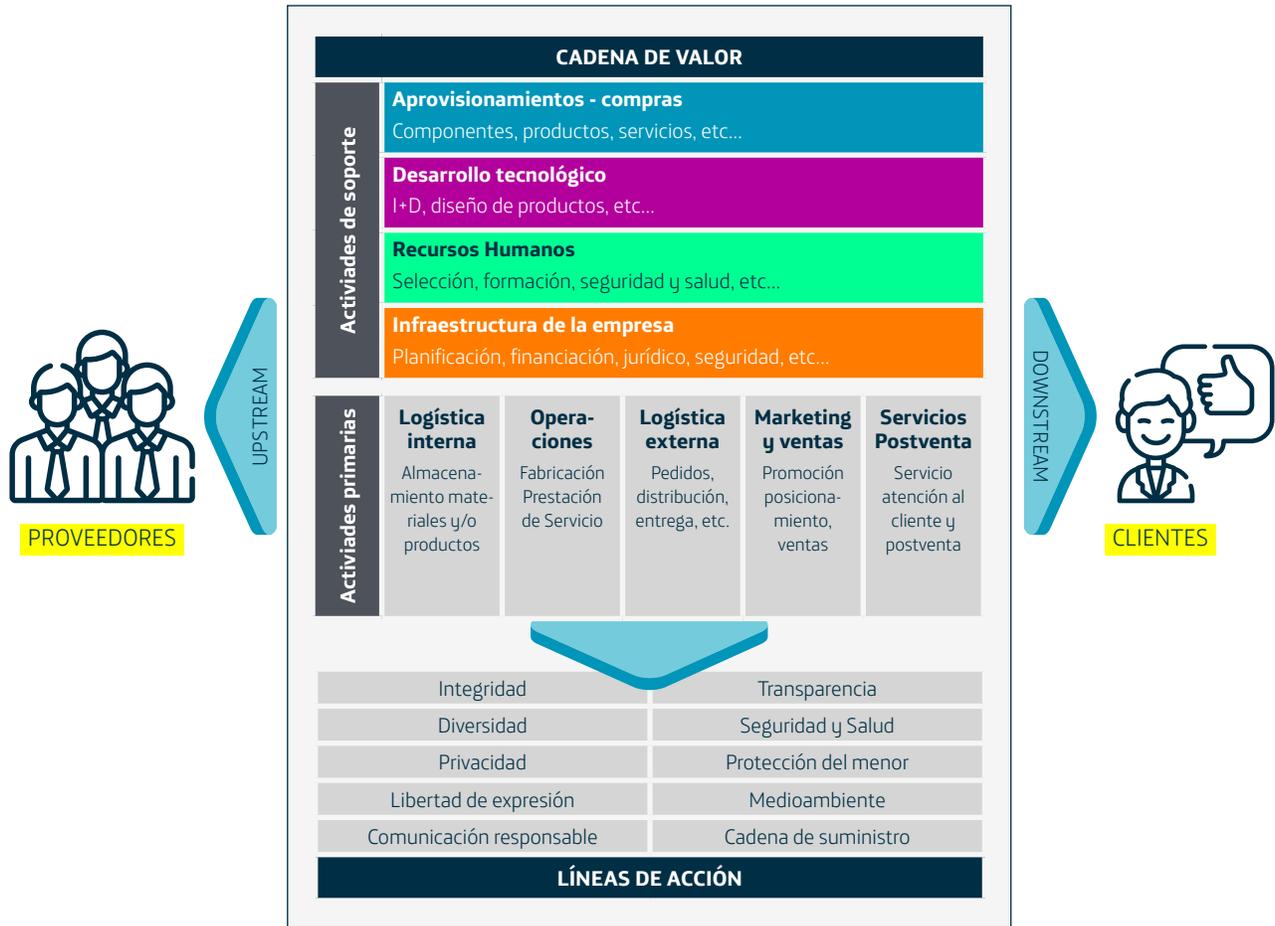
Estamos registrados como lobbista en el registro de transparencia voluntario de la Unión Europea y en el registro grupos de interés de la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia).

2.6.3. Respeto a los derechos humanos

DEFINICIÓN	DATO
Nº de reclamaciones/consultas recibidas en materia de derechos humanos.	0
% de operadoras evaluadas en el 2013.	100%
Actualización evaluación impacto global 2017-2018.	100%
% de operadoras que han actualizado su evaluación de impacto a nivel local 2018.	29%
Nº de auditorías "in situ" en DD.HH. realizadas a proveedores de riesgo.	9.989

Los nuevos servicios digitales hacen posible que, tanto en nuestro negocio como en la sociedad, podamos prestar una mejor atención al cliente o unos servicios más adecuados en el ámbito de la salud, educación o de la protección al medioambiente. Sin embargo, las tecnologías, basadas en un uso creciente de los datos, también generan ciertas preocupaciones éticas y sociales, que todavía no están resueltas. Por este motivo, en 2018 actualizamos nuestra matriz de priorización y nuestra evaluación de impacto en derechos humanos.

En Telefónica, los derechos humanos están integrados en nuestras políticas y procedimientos. Además, extendemos estos estándares a toda la cadena de valor, aumentando así nuestra esfera de influencia e impacto, desde proveedores a clientes.



En este informe destacamos los indicadores y procedimientos relevantes para el respeto de los derechos humanos en los diferentes ámbitos clave como confianza digital, gestión sostenible de la cadena de suministro, estrategia ambiental o gestión de talento y diversidad, etc.

2.6.3.1. Gobernanza

La protección de los derechos humanos recae bajo la supervisión del Consejo de Administración, a través de la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales. Esta se encarga de impulsar y seguir la implementación de nuestro plan global de Negocio Responsable, que incluye objetivos específicos en esta materia.

412-3
412-2
412-1

El Secretario General y del Consejo, Asuntos Públicos y Regulación, que forma parte del Comité

Ejecutivo, supervisa la implantación de las políticas, compromisos y debida diligencia, en colaboración con las áreas corporativas implicadas, en cada uno de los asuntos de derechos humanos. La dirección de Ética Corporativa y Sostenibilidad coordina el trabajo de identificar, evaluar y abordar los riesgos y oportunidades relacionados con los derechos humanos y promover el diálogo sobre estos asuntos con todos los grupos de interés.

2.6.3.2. Nuestra debida diligencia en materia de derechos humanos

Basado en los "[Principios rectores para empresa y derechos humanos](#)" de la Organización de Naciones Unidas (ONU), nuestro proceso de debida diligencia se detalla en el siguiente esquema:



Proceso de debida diligencia Hoja de ruta

Actividades

Política	<ul style="list-style-type: none"> » Aprobado en 2013 » Actualizado en 2018 » Aprobación 2019 	<ul style="list-style-type: none"> » El respeto por los derechos humanos se recoge en nuestros principios de Negocio Responsable, y se desarrolla en un conjunto de políticas, normas y procedimientos. » Disponible en la web de sostenibilidad. » Elaboradas por expertos externos en materia de derechos humanos: 2013 (BSR) 2018 (BHR), siguiendo los "Principios Rectores para Empresa y Derechos Humanos" de la Organización de Naciones Unidas (ONU). » En 2018 actualizamos nuestro compromiso, incorporando las expectativas de los grupos de interés, a través del Panel Asesor de Negocio Responsable y del feedback de nuestras operadoras. » En 2019 será aprobada al más alto nivel.
Evaluación de impacto	<ul style="list-style-type: none"> » 2013: 1ª Evaluación global y local (17 países) » 2018: 2ª Evaluación Global y local (5 países) » 2019: 2ª Evaluación local resto de países 	<ul style="list-style-type: none"> » Apoyo de expertos externos (BSR:2013 y BHR:2018). » Identificación de los asuntos prioritarios para Telefónica y nuestros grupos de interés. » Priorización de riesgos y oportunidades en función del contexto donde operamos, estrategia de Compañía y grupos de interés, en especial, grupos vulnerables (niños, pueblos indígenas y personas con discapacidad). » Evaluación de impacto global y de todas de nuestras operaciones.
Integración de los resultados en políticas y procesos	2013-2019	<ul style="list-style-type: none"> » Identificación de las áreas competentes globales y locales para integrar los resultados (Recursos Humanos; legal; seguridad; marketing, comunicación, operaciones etc..) » Formación en derechos humanos a través del curso de principios de Negocio Responsable. A diciembre de 2018 el 90,4 % de la plantilla completó el nuevo curso lanzado en este periodo, lo que equivale a 101.431 empleados⁽¹⁾. » Modificación, actualización y nuevas normativas internas para integrar los hallazgos en las evaluaciones de impacto que se detallan en la web de sostenibilidad. » Incluido el riesgo básico de derechos humanos en el mapa de riesgos de la Compañía.

(1) Los empleados de Alemania realizaron esta formación en su versión anterior y a fecha 31 de diciembre su porcentaje de cumplimiento es de 82.5%. El motivo por el cual están excluidos del alcance de la información arriba reportada es debido a que el nuevo curso de Principios de Negocio Responsable necesitaba de la aprobación del Consejo de Empleados de Telefónica Alemania.



Proceso de debida diligencia Hoja de ruta

Actividades

Monitorización y reporte de avances y retos 2013-2019

- » En cada uno de los asuntos identificados se analizan las posibles causas, impactos potenciales y principales derechos afectados y en qué medida está contemplado por el mapa de riesgos de la Compañía, la debida diligencia llevada a cabo por Telefónica, lagunas y recomendaciones.
- » Seguimiento de los resultados mediante actualizaciones de evaluación de impacto periódicas (cada 4 años) y establecimiento de indicadores- En los diferentes capítulos de este informe integrado se recogen los asuntos identificados en las evaluaciones.
- » Participación en diferentes grupos de trabajo, organizaciones y foros *multistakeholder* con el objetivo de recoger tendencias y expectativas en derechos humanos relacionados con nuestro sector o los países donde operamos (GNI; Red Española del Pacto Mundial; Naciones Unidas etc.)
- » Presentación de los resultados de nuestra evaluación de impacto al Panel de Negocio Responsable de Telefónica.
- » Reporte anual en el informe integrado.

Mecanismos de Reclamación y Remedio 2013-2019

Incluso con las mejores políticas y prácticas vigentes, la Compañía puede causar o contribuir a causar un impacto adverso sobre los derechos humanos. En la actualidad, las consultas y hechos relativos a sus actividades pueden plantearse a través del [canal de Negocio Responsable](#). Contamos con un procedimiento que garantiza el adecuado funcionamiento del canal y que en el caso de que la comunicación sea pertinente se tramita a las áreas globales o locales, según el caso, para dar solución/remedio y/o respuesta al solicitante en el plazo máximo de 6 meses. También contamos con un canal de reclamaciones de derechos humanos local en Colombia. Este canal ha sido publicado como caso de estudio en la iniciativa multiactor "[Guías Colombia en Empresas, DDHH y DIH](#)". En el 2018 no se ha recibido ninguna queja específica de impacto en esta materia. Tampoco se ha recibido una reclamación de impacto en DD.HH. derivadas de las 215 reclamaciones recibidas y analizadas sobre obra civil y que podrían haber supuesto un impacto potencial en este ámbito.

En 2019 trabajaremos en proyectos específicos para mejorar la gestión de los asuntos identificados en nuestro ["Informe de Impacto"](#). Ejemplo de esto son:

» **Autoevaluación de riesgos en la reputación e impacto en los derechos humanos en los procesos de generación de propuestas de valor (productos y servicios) de Telefónica.**

Disponemos de una herramienta de autoevaluación que permite identificar los aspectos con posible impacto en la reputación o en los derechos humanos dentro de nuestras propuestas de valor. Ejemplo de aplicación de esto es el proyecto realizado con el área global de servicios financieros en un proyecto piloto para probar la eficacia de esta herramienta, con

el objetivo de incorporarla paulatinamente a los procesos de creación y comercialización de los productos y servicios globales de la Compañía. Los impactos se evalúan en:

- » El cliente: Sobre los 3 ejes que articulan nuestra relación: sencillez, transparencia e integridad.
- » El medioambiente: Se consideran aspectos de residuos, ecodiseño, reciclaje, ahorro de energía e impactos ambientales positivos.
- » La sociedad: Evaluando aspectos de diversidad, colectivos vulnerables, privacidad, libertad de expresión y otros asuntos que pueden tener un impacto negativo cuando el producto y/o servicio incorpora inteligencia artificial.

EVALUACIÓN IMPACTO REPUTACIÓN

PASO 1 Autoevaluación	PASO 2 Evaluación de proyecto	PASO 3 Seguimiento y respuesta
<p>Autoevaluación por parte del Product Manager de los riesgos que pueden derivarse de un nuevo producto o servicio. Se realiza una evaluación a 3 niveles:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Impacto en cliente. » Impacto ambiental. » Impacto social. 	<p>Si en la autoevaluación se detecta un potencial riesgo del proyecto en la reputación local un análisis detallado del producto.</p> <p>Esta evaluación utilizará el modelo de evaluación de impacto reputacional definido en el modelo de gestión de riesgos. (Probabilidad, visibilidad, impacto).</p>	<p>Una vez realizado el análisis y planteadas propuestas para reducir/ mitigar el riesgo, se hará un seguimiento del producto o servicio para detectar cualquier riesgo adicional o desviación respecto a la evaluación que se ha realizado.</p>
<p>Modelo de evaluación del potencial riesgo en la reputación de Telefónica de producto o servicio.</p>		

En Telefónica los derechos humanos están integrados en nuestras políticas y procedimientos. Además, extendemos estos estándares a toda la cadena de valor, aumentando así nuestra esfera de influencia e impacto, desde proveedores a clientes.

» **Análisis, identificación y evaluación de impactos potenciales y reales en los derechos humanos asociados al despliegue de red**

El objetivo es identificar indicadores clave que ayuden a reforzar nuestro compromiso con los derechos humanos. Es un trabajo que iniciamos en 2018 y que nos permite disponer de información relevante para maximizar los impactos positivos y minimizar/evitar los negativos a través de la integración de determinados aspectos en los procedimientos y procesos de despliegue de red.

» **Evaluación interna de impacto en los derechos de la infancia y adolescencia**

Basada en los [Derechos del Niño y Principios Empresariales de UNICEF](#), en 2018 realizamos la evaluación con el apoyo de la herramienta facilitada por el Comité Español de UNICEF, llamada MOCRIA - [Mobile Operator Child Rights self-Impact Assessment](#). Esta herramienta permite destacar las políticas y procesos susceptibles de mejoras, con el fin de desarrollar un plan de acción al respecto. En el 2019 colaboraremos con UNICEF en el proceso de implementación y promoción de este estudio, así como en la provisión de comentarios y orientación sobre los documentos e hitos del proceso, entre ellos: identificación de las áreas de negocio, resultados de la evaluación de impacto y planes de acción desarrollados al efecto.

2.6.3.3. Libertad de expresión

Como miembros del GNI ([Global Network Initiative](#)), incluimos sus principios en nuestro plan de Negocio Responsable, concretamente en el proyecto de confianza digital que incluye, privacidad, libertad de expresión, seguridad y menores, así como en la iniciativa de derechos humanos. Además, son incluidos en las políticas y procedimientos relevantes en estos asuntos.

Tanto en la actualización de la Política global de privacidad, como en el Procedimiento global ante requerimientos por parte de las autoridades, se recogen nuestro compromiso y el proceso que seguimos para responder a las peticiones que podamos recibir de las autoridades en los países donde operamos. Así:

- » Garantizamos el equilibrio entre el cumplimiento legal y el respeto por los derechos fundamentales de las personas
- » Nos aseguramos de la participación en el proceso del área de Secretaría General o área similar con competencias legales.
- » Rechazamos cualquier petición que no venga por este conducto reglamentario.

Hemos publicado nuestro tercer [Informe de Transparencia de las Comunicaciones](#), con detalle sobre los 17 países en los que operamos. En él recogemos información sobre el marco legal que da potestad a las autoridades para hacer este tipo de solicitudes, así como el número y el tipo de requerimientos que recibimos. El marco legal específico de cada país en ocasiones supone un limitante de cara a facilitar la información sobre los requerimientos que Telefónica recibe. Cuando no aportamos datos, explicamos por qué no los aportamos.

En un entorno en el que las empresas disponen cada vez de más datos sobre los clientes y estos están más preocupados por su uso, es importante garantizar la privacidad y la seguridad de la información, a la vez que mostrar el impacto positivo que puede generar en la sociedad y en las personas el uso apropiado de los mismos. El [Índice Digital Rights](#) muestra el compromiso y la transparencia de las compañías de Internet y de Telecomunicaciones en este sentido y su objetivo es alentar a las empresas a cumplir con los principios y normas internacionales que protegen la Privacidad y Libertad de Expresión.

En el 2018 Telefónica ocupó el tercer lugar entre las 10 empresas de telecomunicaciones evaluadas, con una mejora de 8 puntos. Según el informe, Telefónica mostraba un fuerte compromiso para proteger la libertad de expresión y privacidad de los usuarios. Durante el 2018 hemos estado trabajando en las áreas de mejoras identificadas en el Informe.

En España, el informe "[¿Quién defiende tus datos?](#)" de [Eticas Foundation y Electronic Frontier Foundation \(EFF\)](#), publicado en enero de 2018, presenta a Movistar España como líder del ranking de empresas analizadas en esta primera edición consiguiendo 6 estrellas y puntuación en 10 criterios, de un total de 12.



2.6.4. Hitos y retos

HITOS 2018:

- » El nuevo curso de Principios de Negocio Responsable alcanzó al 90,4% de los empleados dados de alta en la plataforma de formación de la Compañía⁽¹⁾.
- » Aprobación de la Normativa Global Comunicación Responsable.
- » Actualización de la evaluación de impacto global de la Compañía.
- » Evaluación de impacto local en 5 países.
- » Aprobación de políticas de privacidad, comunicación responsable y, seguridad y salud, con impacto directo en derechos humanos.
- » Aprobación de los principios de Inteligencia Artificial de Telefónica.

RETOS 2019:

- » Implantación de la Normativa Global Comunicación Responsable en todas las operaciones de la Compañía en todos los países.
- » Nueva política global de derechos humanos.
- » Análisis, identificación y evaluación de impactos potenciales y reales en los derechos humanos en los procesos de despliegue de red.
- » Evaluación de impacto en los derechos de la infancia y adolescencia.
- » Elaboración del informe de progreso de Telefónica en derechos humanos.
- » Inicio de la implantación de la evaluación de riesgos en la reputación e impacto en los derechos humanos en los procesos de creación y comercialización de nuestros productos y servicios, cuyo fin se prevé en 2021.

(1) Los empleados de Alemania realizaron esta formación en su versión anterior y a fecha 31 de diciembre su porcentaje de cumplimiento es de 82.5%. El motivo por el cual están excluidos del alcance de la información arriba reportada es debido a que el nuevo curso de Principios de Negocio Responsable necesitaba de la aprobación del Consejo de Empleados de Telefónica Alemania.

2.6.5. Principales indicadores



Gobierno Corporativo

Porcentaje de Consejeros independientes	52,9%
Porcentaje de mujeres en el Consejo	17,6%



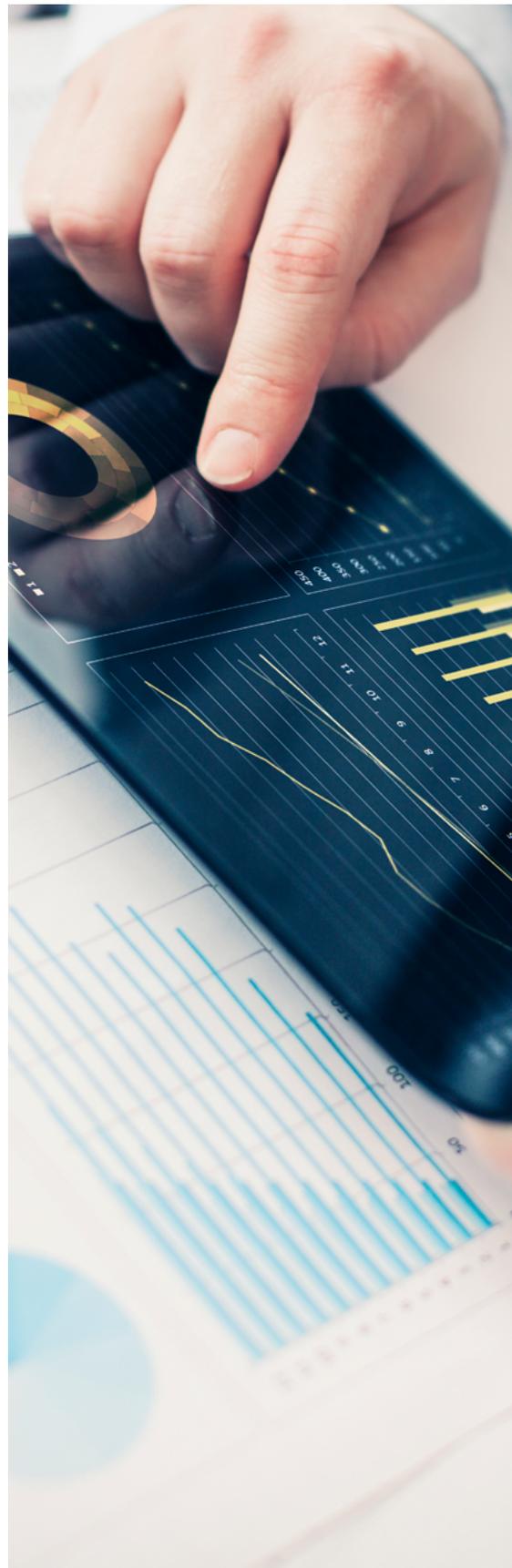
Ética y corrupción

Denuncias recibidas	912
Denuncias recibidas fundadas	404
Medidas de terminación del contrato de trabajo adoptadas como consecuencia de las denuncias recibidas fundadas	167
Casos confirmados de corrupción	1
Medidas adoptadas con relación a empleados en el ámbito laboral como consecuencia de los casos confirmados de corrupción	1
Casos de discriminación detectados	1
Medidas de terminación de contrato adoptadas con relación a empleados en el ámbito laboral como consecuencia de los casos confirmados de discriminación	1



Derechos Humanos

Nº de reclamaciones/consultas recibidas en materia de derechos humanos	0
Nº de auditorías "in situ" en DD.HH. realizadas a proveedores de riesgo	9.989





2.7. CASE STUDY FLAGSHIP

Internet de las Cosas:

clave para la eficiencia energética



En qué consiste...

Con IoT es posible conectar lo que no estaba conectado antes, incluidos medidores, motores, equipos de aire acondicionado o automóviles y por tanto hacer más eficiente su uso. Los datos capturados en tiempo real nos dan información sobre el estado, consumo y tasas de uso de dichos elementos. **Para asegurar un aprovechamiento efectivo de esta información, es necesario contar con la mejor conectividad** para transmitir los datos a una plataforma de gestión, que permita el análisis e implementación de acciones adecuadas para conseguir mejoras de la eficiencia.

En Telefónica ofrecemos diferentes soluciones de Eficiencia Energética para todos nuestros clientes.



Por qué es importante...

El cambio climático es uno de los retos más importantes de la sociedad, es por ello que el *World Economic Forum* lo identifica como uno de los mayores factores de riesgo mundial. El uso intensivo de la energía en el modelo económico actual es uno de los principales responsables, ya que supone más de dos tercios de las emisiones globales. Para limitar el aumento de la temperatura mundial a un máximo de 2°C **es necesario realizar una transición energética basada en la eficiencia y las energías renovables.**



Qué objetivos tenemos...

La digitalización es una de las principales palancas para lograr la transición energética. Por ello nuestro objetivo es ofrecer servicios basados en Internet de las Cosas (IoT), que apoyen a nuestros clientes en este reto y aprovechar así las nuevas oportunidades de negocio que surgen en este contexto.

World Economic Forum Annual Meeting 2019 <https://www.flickr.com/photos/worldeconomicforum/albums/72157705901279485>

Qué hemos conseguido...

La mejor evidencia son nuestras soluciones de IoT. Como por ejemplo:

SMIP: energía inteligente en Reino Unido



En qué consiste...

En el marco del Plan de Implementación de Medidores de Energía Inteligentes en hogares del gobierno de británico ('Smart Metering Implementation Program' o SMIP por sus siglas en ingles), Telefónica es la encargada de proveer parte importante de dichos medidores.



Por qué es importante...

El proyecto proporcionará a los consumidores información en tiempo real de su consumo energético para ayudarles a controlar y administrar su uso de energía, ahorrar dinero y reducir sus emisiones de carbono.



Qué objetivos tenemos...

El objetivo del gobierno británico, es el de implementar aproximadamente 53 millones de medidores inteligentes de electricidad y gas en hogares y ubicaciones no domésticas para el año 2020. El beneficio económico neto esperado para todo el país con la implantación de este proyecto es de 6,2 miles de millones de libras hasta 2030.

La digitalización es una de las principales palancas para lograr la transición energética. Nuestro objetivo es ofrecer servicios IOT que apoyen a nuestros clientes en este reto, ayudándoles a reducir sus costes operativos.



Qué hemos conseguido...

A día de hoy, Telefónica está gestionando los medidores de las regiones más pobladas del Reino Unido, lo que representa 22 millones de edificios y 40 millones de medidores.

Gestión de flotas



En qué consiste...

La telemetría de la flota de vehículos y su control a través de nuestra plataforma de gestión, proporciona información instantánea a los conductores permitiendo mejorar su conducción y la planificación de rutas.



Por qué es importante...

Esto conlleva diversas eficiencias: reduce el consumo de combustibles, optimiza las rutas y por tanto los kilómetros recorridos y los tiempos de entrega. La repercusión por ejemplo en empresas logísticas es doble, reducen sus costes operativos y su impacto ambiental ya que producen menos emisiones de CO₂.



Qué objetivos tenemos...

Telefónica espera duplicar su parque instalado en servicios de movilidad en los próximos 3 años.



Qué hemos conseguido...

En 2018 ofrecemos nuestros servicios de *Fleet* y *Workforce Management* en 12 países, gestionando más de 207 mil vehículos, lo que permite que nuestros clientes ahorrar unos 90 millones de litros de combustible. Además, proporcionamos la conectividad para otros 320 mil vehículos.

Estos servicios además de reducir los costes operativos de nuestros clientes han evitado la emisión a la atmósfera 250 mil toneladas CO₂, lo que equivale al carbono absorbido por 4 millones de árboles.

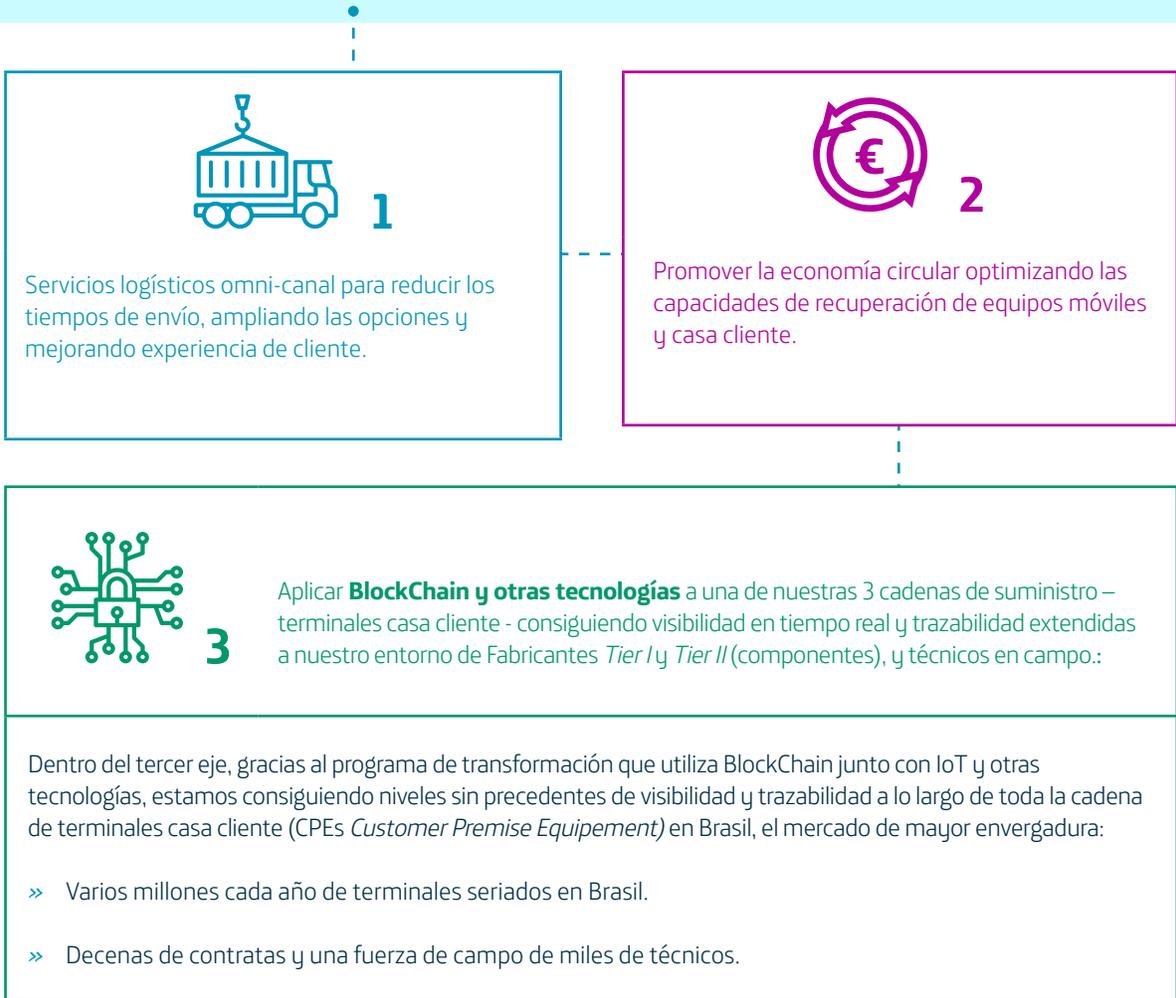


2.8. CASE STUDY FLAGSHIP

Blockchain en la cadena de suministro

En qué consiste...

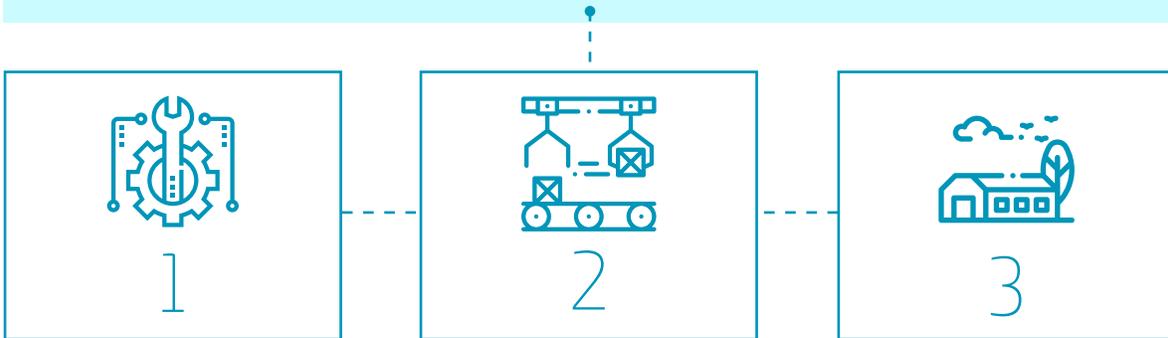
Este proyecto es parte de la estrategia de Telefónica para transformar su cadena de suministro de un centro de coste a un diferenciador de negocio, con **tres ejes** principalmente:





Por qué es importante...

Los **terminales casa cliente** (decodificadores, *routers*, etc.) son una pieza fundamental de los servicios de conectividad que ofrecemos. Concretamente, esta iniciativa supone:



Un nuevo modelo de relación con nuestro entorno de fabricantes Tier I (fabricantes de terminales) y Tier II (fabricantes de componentes), generando **relaciones de confianza** y aportando **más flexibilidad al negocio** gracias a:

- » Mejorar en la flexibilidad en los tiempos de aprovisionamiento.
- » Posibilidad de balanceo en origen entre operaciones.

Mayor control del material y eficiencia de operación (logística y campo):

- » Control en tiempo real del stock en todos los niveles de la cadena de suministro: desde el fabricante de componentes hasta el cliente.
- » Aumentar la eficiencia de gestión del inventario, en campo y almacén.
- » Reducción de stock de seguridad en toda la cadena.
- » Mejora de la efectividad en campo reduciendo el NFF (*No Fault Found*).

Promover una cadena de suministro sostenible:

- » Maximizando la reutilización de los CPEs alargando su vida útil y aumentando la eficiencia de recogida.
- » Pudiendo bloquear cualquier partida en cualquier punto de la cadena si se identifican problemas de calidad o de compliance (políticas de responsabilidad social corporativa).
- » Reduciendo los esfuerzos logísticos – impacto en huella de carbono.



Qué objetivos tenemos...

En línea con nuestros objetivos globales, **este proyecto de transformación busca conseguir la máxima eficiencia**, de negocio y medioambiental, en los procesos de aprovisionamiento, instalación y recuperación de terminales casa cliente. Para ello se han marcado los siguientes retos:

Desplegar el proyecto completamente en **Brasil en 2019** consiguiendo:

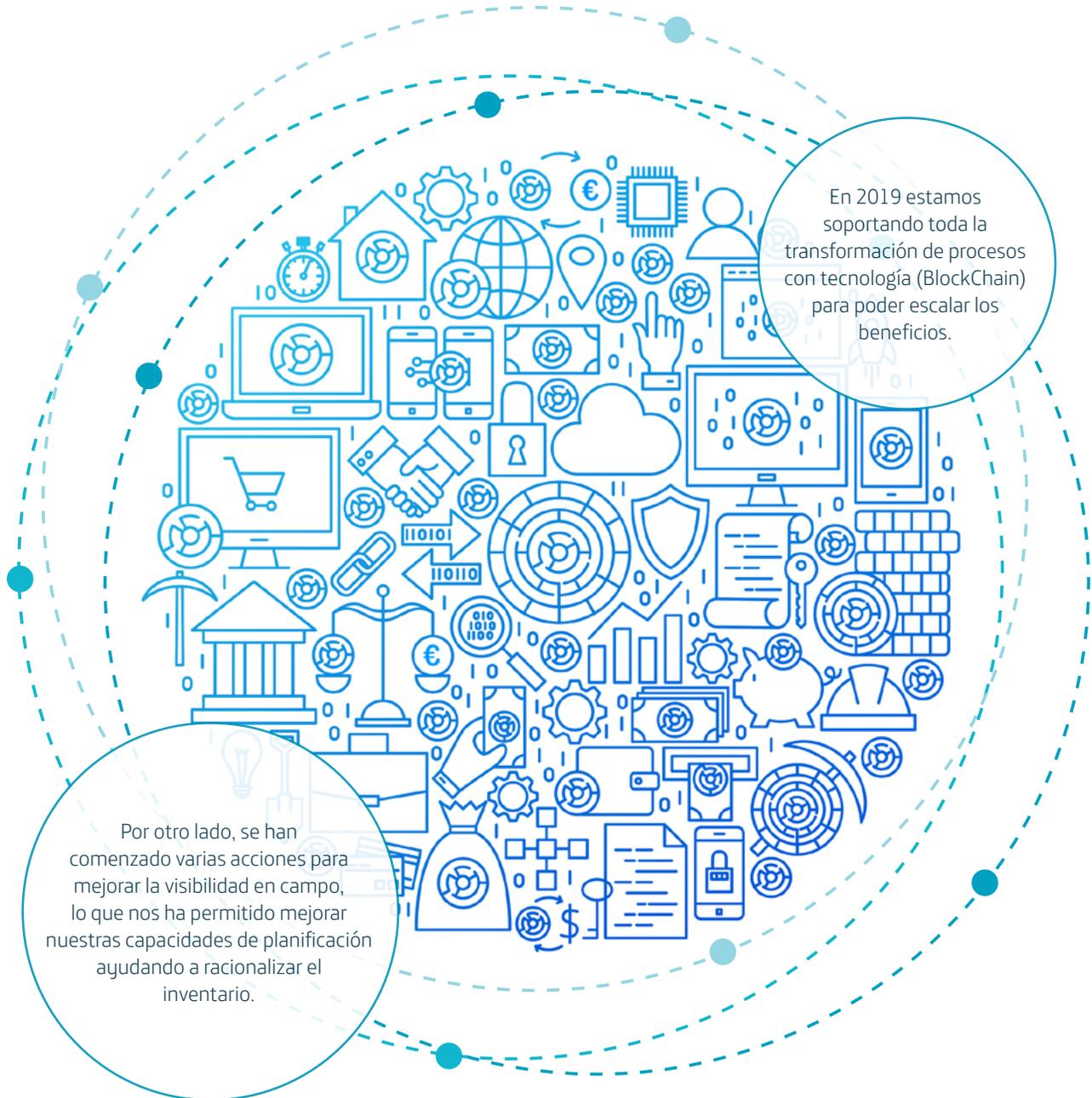
Lanzar el proyecto en el **resto de operaciones del grupo** hasta 2021.

Extender a las **otras dos cadenas de suministro** de Telefónica (Despliegue de Red y Retail – terminales móviles y accesorios).

- » Flexibilidad en los tiempos de aprovisionamiento.
- » Reducción de necesidad de stock de seguridad.
- » Mejora en eficiencia de recogida.

Qué hemos conseguido ya..

En 2018 se lanzó el proyecto en Brasil comenzando con la transformación en el proceso de aprovisionamiento y cerrando acuerdos con nuestros fabricantes Tier I, extendiendo después al resto de proveedores estratégicos. Esto nos ha permitido flexibilizar nuestro aprovisionamiento dándole al negocio la capacidad necesaria para cumplir con su plan comercial.



En 2019 estamos soportando toda la transformación de procesos con tecnología (BlockChain) para poder escalar los beneficios.

Por otro lado, se han comenzado varias acciones para mejorar la visibilidad en campo, lo que nos ha permitido mejorar nuestras capacidades de planificación ayudando a racionalizar el inventario.

2.9. Anexo

2.9.1. Grupos de interés de telefónica

Telefónica pone a disposición de personas y entidades redes y servicios, accesibles y seguros para puedan expresarse, compartir, trabajar de forma colaborativa, disfrutar... En base al modelo de relación que nos une, distinguimos 7 grupos de interés clave:

	Cientes	Cientes de todas nuestras marcas comerciales, tanto residencial como empresas, así como todos los organismos que representan a los clientes.
	Empleados	Empleados propios, en activo y exempleados, asociaciones y sindicatos que representan los intereses de los trabajadores.
	Socios estratégicos y proveedores	Empresas clave para el desarrollo y prestación de nuestros servicios. Así como las empresas proveedoras y los organismos y asociaciones que representan intereses de la cadena de suministro.
	Accionistas y analistas	Compañías que invierten en Telefónica y/o analizan la rentabilidad sostenible de la misma.
	Entidades gubernamentales y reguladores	Organizaciones locales, nacionales e internacionales.
	Líderes de opinión, medios y servicios de comunicación	<i>Influencers</i> , prensa, agencias de comunicación y marca y publicidad.
	Sociedad (incluye comunidades, ONGs, organizaciones orientadas a promover la sostenibilidad, asociaciones empresariales y de asesoría):	Comunidades afectadas tanto a nivel locales, nacionales y regionales, así como colectivos especiales, organizaciones no gubernamentales, empresas, <i>think tanks</i> , escuelas de negocio y universidades.



2.9.2. Tipos de involucración y relación con nuestros grupos de interés

TIPO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	MUESTRA
 Informar / Dar a conocer	<p>Principalmente comunicación unidireccional de la Compañía a nuestros grupos de interés sobre las prácticas o nuevos desarrollos que pueden impactarlos.</p> <p>Compartir información puede influenciar a las partes interesadas, crear confianza y demostrar transparencia y disposición a contratar.</p>	Mantenerles puntualmente y periódicamente informados: boletines, cartas, boletines informativos, informes, presentaciones, discursos, vídeos, informes, entrevistas, jornadas de puertas abiertas...	Transparencia
 Consultar	<p>Telefónica pregunta por la perspectiva de sus grupos de interés para identificación de tendencias, evaluación de impacto, identificación de riesgos y toma de decisiones.</p> <p>El flujo principal de información es en una sola dirección, aunque ha dado lugar en muchas ocasiones a conversaciones más en profundidad.</p>	Medir y evaluar: encuestas, <i>focus groups</i> , evaluaciones, audiencias públicas, talleres, foros de debate, líneas directas.	Transparencia y escucha: pone en valor los comentarios y puntos de vista de los grupos de interés.
 Participar / Dialogar	<p>Una conversación bidireccional y/o multipartita en la que los grupos de interés juegan un papel más importante en la toma de decisiones. Las conclusiones se implementan y/o escalan dentro de la Compañía.</p>	Debate en profundidad: Consejo Asesor, grupos de trabajo asentados, entrevistas, trabajos de investigación y análisis.	Transparencia Escucha Colaboración Debate en torno a un propósito común
 Colaborar	<p>Colaboración entre dos o más partes en un área de mutua de interés.</p> <p>La compañía y las partes interesadas logran sinergias y reducir los riesgos combinando recursos y áreas de especialización.</p>	Colaboración activa: Establecimientos de Comités conjuntos, proyectos en conjunto con partes interesadas, alianzas, negociación colectiva	Transparencia Escucha Compromiso Relación positiva en base a un propósito común.
 Empoderar / Involucrar	<p>Las partes interesadas tienen posibilidad el medio formal para influir en el gobierno corporativo y toma de decisiones del Grupo.</p>	Compartir responsabilidades: representación de partes interesadas en la Junta Directiva, canal específico de denuncia de incumplimiento de las políticas, existencia de garantías.	<i>Engagement</i> efectivo: compartir propósito y responsabilidades.

102-43
102-44

 Más información, en el capítulo '2.1.8. Relación con grupos de interés'.

2.9.3. Estructura y perímetro de consolidación de la información no financiera

El origen de la información que comprende la información no financiera

Gobierno Corporativo y accionistas

Procede de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el [Informe Anual de Gobierno Corporativo 2018](#) y que se adjunta en su totalidad en el Informe de Gestión.

Información económica y financiera

Proviene de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el conjunto de este informe, auditadas por PwC.

Innovación

Se consolida a través de las áreas corporativas de Innovación, tanto en la parte de I+D como en la innovación abierta. Las fuentes de los datos de estos capítulos proceden de los sistemas de compras y son consolidados sin aplicar ningún criterio de proporcionalidad.

Clientes

Procede de los sistemas de control de gestión de Telefónica S.A. y de las operaciones en los países. El número de accesos totales de la Compañía no tiene por qué coincidir con la suma parcial de los mismos, país a país, ya que, con criterios de homogeneización, el área de Control de Gestión Corporativa estandariza algunos criterios de contabilización de accesos.

Empleados

La cifra procede de los sistemas de gestión de Recursos Humanos Corporativos y las áreas locales de gestión. En este Informe se utiliza el concepto de personas en lugar del de empleado. En los casos en los que la información se presenta consolidada, se utiliza la cifra de personas como factor de proporcionalidad. La sección destinada a ellos incluye todo el perímetro económico del Grupo

Telefónica, excepto en el capítulo de Seguridad, salud y bienestar en el trabajo, en el que las tasas que se reportan corresponden solo a los negocios de telecomunicaciones del Grupo con el objeto de que puedan ser más fácilmente comparables con otras compañías del sector, ya que se contemplan circunstancias y legislaciones específicas del sector en su elaboración (p. e. catalogación de enfermedades profesionales). Estos suponen una proporción del 92,41% del total de empleados.

Medioambiente y cambio climático

La información llega de las áreas de Medioambiente y Operaciones globales y de cada país a través de cuestionarios online y otros soportes informáticos. Los datos de medioambiente y energía se consolidan por suma simple y, en el caso de cambio climático, se calculan multiplicando el dato de actividad por el factor de emisión agregando a posteriori por suma simple. Las fuentes de los factores de emisiones son de reconocido prestigio (GHG Protocol, DEFRA, Ministerios...) y han sido validadas por una entidad tercera independiente ([AENOR](#)).

Proveedores

Proviene del sistema de adjudicación de contratos a través de las áreas de compras. La consolidación de la información se realiza sin aplicar ningún criterio como factor de proporcionalidad y se presenta desglosada por países. El capítulo destinado a ellos incluye todo el perímetro económico del Grupo Telefónica. Es importante destacar la diferencia entre los datos de aprovisionamientos en las cuentas consolidadas de los estados financieros (de acuerdo con el criterio de devengo y el perímetro de consolidación contable del Grupo Telefónica) y el criterio de compras adjudicadas utilizado en distintos apartados de este Informe, que se refiere a las compras que son aprobadas en el periodo, independientemente de su criterio de contabilización y periodificación como gasto.

Inclusión digital

La información llega de los sistemas de las operadoras locales de los países y de [Fundación Telefónica](#).

Bienestar social

La información tratada procede de los sistemas de información de Fundación Telefónica y [ATAM](#). Esta

información será verificada con posterioridad y publicada en las webs de dichas organizaciones

Otra Información

El listado de las sociedades que conforman el Grupo Telefónica, su denominación, objeto social principal, país, capital social, porcentaje de participación efectiva del Grupo y la sociedad o sociedades a través de las cuales se obtiene la participación del Grupo pueden consultarse en el [Anexo I Perímetro de consolidación de los Estados Financieros Consolidados 2018](#).

Toda la información de este Informe se presenta en euros, salvo indicación contraria. Los tipos de cambio aplicados coinciden con los utilizados en la elaboración de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo, con el objetivo de facilitar la relación integral entre variables financieras y variables no financieras.

2.9.4. Principios para la elaboración del estado de información no financiera

Este estado de información no financiera forma parte del Informe de gestión de Telefónica 2018 y recoge los avances producidos en el año en la Compañía y en su cadena de valor en materia económica, social y ambiental, así como su posicionamiento estratégico, de desarrollo y de mercado que permitan al lector entender mejor la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio y su materialidad, su capacidad de generar valor en los capitales que lo conforman, y la interacción con los grupos de interés con que se relaciona.

Dicho estado ha sido evaluado y aprobado en Consejo de Administración como parte que forma del Informe de Gestión de Telefónica 2018.

Telefónica pone a disposición de todos sus grupos de interés toda su información pública para facilitar una información fiable, material, concisa y comparable sobre el desempeño de la Compañía, su modelo de negocio, sus palancas de valor y sus líneas estratégicas para los próximos años. Toda esta información es accesible en distintos formatos:

Información no financiera y de sostenibilidad: elaborado conforme a las recomendaciones del IIRC (*International Integrated Reporting Council*) y bajo

los principios generales in accordance con la opción de Conformidad Exhaustiva de los Estándares-GRI de *Global Reporting Initiative*. Da respuesta a la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Tanto el cumplimiento de la Ley como la opción GRI han sido posteriormente sometidas a la verificación externa por parte de PwC.

Cuentas Anuales Consolidadas: elaboradas conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera y auditadas externamente por parte de PwC.

Informe de Gobierno Corporativo: forma parte del Informe de gestión y está elaborado según el modelo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores de España.

Informe sobre las Remuneraciones de los Consejeros: elaborado según el modelo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores de España.

A continuación se expone cómo se han aplicado las normas de reporte y se detalla las que determinan el contenido y la calidad, que garantizan una presentación equilibrada y razonable del desempeño de la organización. Todo este proceso se ha hecho teniendo en cuenta tanto la experiencia y el propósito de Telefónica, como la utilidad para sus grupos de interés.

Asimismo, la revisión llevada a cabo por PwC se ha desarrollado bajo los principios definidos por la Norma AA1000AS, unos valores que buscan "garantizar la calidad del Informe de Sostenibilidad de la organización y de los procesos, sistemas y competencias que sirven de base para su ejecución por parte de toda la organización". Tanto los principios dictados por el *Global Reporting Initiative* (GRI) como los definidos por la norma AA1000AS son los estándares más contrastados y utilizados en la elaboración de informes de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa.

En este documento, Telefónica informa sobre su compromiso con relación a la siguiente Normativa Internacional:

» [Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas](#).

- » [Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas \(ODS\).](#)
- » [Pacto Derechos Civiles y Políticos.](#)
- » [Pacto Derechos Económicos, Sociales y Culturales.](#)
- » [Convención Derechos del Niño.](#)
- » [Convención Derechos Personas con Discapacidad.](#)
- » [Convenios de la Organización Internacional del Trabajo.](#)
- » [Convenio de Basilea \(desechos peligrosos\).](#)
- » [Sabarnes Oxley Law \(EE. UU.\).](#)
- » [Estándar ISO.](#)
- » [Directrices internacionales \(ICNIRP\).](#)
- » [Protocolo de Montreal.](#)

También se presenta información en referencia a distintos estándares voluntarios a los que Telefónica se ha suscrito:

- » [Pacto Mundial de Naciones Unidas.](#)
- » [GRI Standards.](#)
- » [Directrices OCDE para Empresas Multinacionales.](#)
- » [Código Conthe.](#)
- » [Task Force on Climate-Related Financial Disclosures \(TCFD\).](#)
- » [Principio de Inversión Responsable de UN \(UNPRI\).](#)
- » [Global Network Initiative \(GNI\).](#)
- » [Guía de Diligencia Debida para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales Procedentes de Áreas Afectadas por Conflictos y de Alto Riesgo.](#)
- » [GHG Protocol.](#)
- » [Código de Buenas Prácticas Publicitarias. Autocontrol.](#)

Principios para la elaboración del Informe relativos a la definición del contenido

Inclusión de los grupos de interés

En el capítulo 'La interacción con nuestros grupos de interés' se identifican dichos grupos y se explica cómo ha respondido Telefónica a sus expectativas e intereses razonables.

Contexto de sostenibilidad

Telefónica contribuye al progreso de las comunidades en las que opera y su sostenibilidad, tanto social como ambiental, en toda su cadena de valor y a nivel local, regional, nacional e internacional: desde el trabajo con nuestros proveedores pasando por la comercialización de productos y servicios sostenibles, hasta el respeto de los derechos de los consumidores.

Materialidad

Se abordan aquellos aspectos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la Compañía y que influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de nuestros grupos de interés. Para ello se ha llevado a cabo un análisis de materialidad tanto a nivel corporativo como local y regional desde una doble perspectiva: la relevancia para nuestros grupos de interés y el impacto en las comunidades.

Exhaustividad

Indicamos los aspectos materiales y su cobertura, alcance y tiempo, de modo que se reflejen sus efectos significativos tanto económicos y ambientales como sociales. Así, los grupos de interés pueden analizar el desempeño de Telefónica en el periodo analizado.

Impacto

Se indican los impactos que la Compañía tiene en la sociedad y el medioambiente de las comunidades en que operamos.

2.9.5. Compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Telefónica, a través de su Presidente, es signatario del [Pacto Mundial de Naciones Unidas](#) (UNGC en sus siglas en inglés) desde 2002. El UNGC es un marco voluntario de las empresas para alinear sus operaciones y estrategias con los 10 principios sobre derechos humanos, trabajo, medioambiente y la lucha contra la corrupción

		Principios	Capítulo del informe
Derechos humanos	Principio 1	Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	2.6.3. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio: Respeto a los derechos humanos.
	Principio 2	Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.	2.6.3. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio: Respeto a los derechos humanos.
Estándares laborales	Principio 3	Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	2.4.3. Nuestro equipo marca la diferencia: Un equipo comprometido.
	Principio 4	Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	2.6.3. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio: Respeto a los derechos humanos.
	Principio 5	Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	2.6.3. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio: Respeto a los derechos humanos.
	Principio 6	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	2.4.1. Nuestro equipo marca la diferencia: Gestión de un talento diverso.
Medio Ambiente	Principio 7	Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.	2.2. Digitalización y medioambiente.
	Principio 8	Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	2.2. Digitalización y medioambiente.
	Principio 9	Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.	2.2. Digitalización y medioambiente.
Anticorrupción	Principio 10	Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	2.6.3. Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio: Pilares éticos, corrupción y soborno.

2.9.6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

	Meta UN	KPI	2018
	4.1	Nº niños beneficiados de los programas de Profuturo	>8.000.000
		Nº países de actuación del programa Profuturo	28
	4.2	Alumnos inscritos en MOOCs	5.690.000
	4.4	Personas formadas empleabilidad ⁽¹⁾	505.168
	4.C	Nº estimado de profesores del programa Profuturo	300.000
Programa de formación para profesores SclarTIC (beneficiarios)		706.624	
	5.1	Diferencial salario medio total mujeres/hombres (Sin diferenciar antigüedad)	21,40%
		5.2	Casos de discriminación detectados/medidas adoptadas
	5.5	Mujeres en consejo de Administración	17,6 %
		Mujeres en puestos de dirección	23,3 %
	7.2	Consumo energético renovable	58%
		7.3	Emisiones CO ₂ evitadas por consumo de energía renovable
		8.2	Horas de formación (miles de horas)
Porcentaje de empleados formados			95%
8.3		Contribución tributaria global (millones de euros)	10.118
		Impuestos pagados por cada 100 euros de negocio (€)	20,8
		Compras a proveedores locales	81,4%
8.5		Empleo Directo generado (empleados)	120.138
		Empleo Indirecto generado (empleados)	805.129
		Auditorías a proveedores	19.113
	Proveedores con planes de mejora	811	
8.8	Tasa de accidentalidad laboral (Número total de accidentes / total de horas trabajadas) x 200.000)	0,96	

 Más información, en la web 'Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo'.

(1) Personas participando en formación presencial (89.143) + Personas beneficiarias de la formación de educadores (10.764) + Beneficiarios programas empleabilidad digitales (405.261).

Los datos de esta tabla están en proceso de verificación externa.

	Meta UN	KPI	2018
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	9.1	Inversión Grupo Telefónica (millones euros)	8.119
		Penetración BAF (banda ancha/línea fija)	61,9%
		Penetración smartphones	67,5%
	9.5	Inversión I+D (millones euros)	947
		Total patentes concedidas ⁽¹⁾	601
	9.c	Inversión Servicio Universal (millones euros)	246
		Cobertura móvil 4G/LTE	0,75
FTTX/Cable		82,7M UUII pasadas	
 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	11.5	Proyectos de innovación en resiliencia y gestión de desastres ⁽²⁾	7
		Actuaciones atención en desastres ⁽³⁾	2
	11.6	Emisiones evitadas gracias a servicios <i>ecosmart</i> (tCO ₂)	>1.400.000
 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	12.2	Consumo de Electricidad (MWh)	6.668.880,90
		Consumo total de energía (MWh)	7.136.772,26
		Generación de residuos (toneladas)	26.295
	12.5	Reciclado de residuos (%)	97%
	 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	13.2	Emisiones directas (Alcance 1) (tCO ₂)
Emisiones indirectas (basadas en el método de mercado) (Alcance 2) (tCO ₂)			957.459,5
Otras emisiones indirectas (Alcance 3) (tCO ₂)			2.296.042



(1) 22 Nuevas patentes registradas 2018.

(2) Drones tráfico/ Producing Right/Big Data 4Social Good (epidemias, preparación desastres)/ Fénix/ Drones antiincendios/ Pigram .

(3) Volcán Guatemala (Jun. 18) e inundaciones Málaga (oct.18).

2.9.7. Nuestro compromiso con los derechos humanos

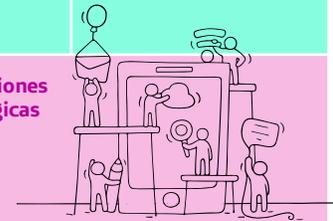
El respeto por los Derechos Humanos constituye uno de los pilares de nuestros Principios de Negocio Responsable y se refleja en nuestro compromiso explícito publicado en 2013 conforme a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas.

Nuestro enfoque se basa en cinco componentes básicos que cubren nuestra esfera de influencia: nuestra gente, nuestra tecnología, nuestros proveedores, nuestro rol en las comunidades y nuestro rol para el cambio mediante la participación y alianza con nuestros grupos interés.

Identificación de los asuntos prioritarios para la compañía y nuestros grupos de interés

ASUNTOS Y CUESTIONES DE DERECHOS HUMANOS

Actuación directa	Despliegue de red <ul style="list-style-type: none"> » Propiedad » Seguridad y Salud » Medioambiente » Información » Pueblos indígenas 	Condiciones de productos/servicios <ul style="list-style-type: none"> » Igualdad y no discriminación » Libertad de opinión y expresión » Comunicación responsable » Privacidad » Seguridad y Salud » Colectivos más vulnerables » Propiedad intelectual, industrial y derechos de autor 	Nuevas tecnologías y desarrollos relacionados con la Inteligencia Artificial <ul style="list-style-type: none"> » Privacidad » Seguridad » Igualdad y no discriminación » Otros derechos que puedan verse afectados 	Condiciones de trabajo <ul style="list-style-type: none"> » Igualdad y no discriminación » Seguridad y Salud » Condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo » Libertad de asociación, diálogo social y derechos sindicales » Trabajo infantil y protección de jóvenes en el trabajo 	
	Actuación indirecta	Cadena de suministro <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Laborales » Igualdad y no discriminación » Derechos asociados a Minerales procedentes de zonas de conflicto 		Fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas	
Contribuye	Impacto medioambiental	Prácticas anticompetitivas	Responsabilidad fiscal	Brecha digital	Corrupción y soborno



2.9.8. Analistas y rankings

Reconocimiento en índices y evaluaciones externas de sostenibilidad

DJSI	 Dow Jones Sustainability Indexes	Miembro del DJSI Europa, 81 puntos
FTSE4Good	FTSE4Good	Incluido, 4,4 puntos sobre 5
Carbon Disclosure Leadership	 CDP	A
CDP-Supply Chain 2017	 CDP	A
MSCI Global Sustainability Index Series	 MSCI	ESG Rating AA
Ethibel Sustainability Index	 ETHIBEL	Excellence IR Global Member
Green Ranking 2017-2018	 GREEN RANKINGS	Incluido, Top Global 500
Stoxx Global ESG Leaders	 STOXX	Miembro
bloomberg gender-equality index	 Bloomberg	Incluido, 67,6 puntos sobre 100
Oekom 2017	 ISS-oekom	Status Prime
Ecovadis	 ecoVadis SUPPLIER SUSTAINABILITY RATINGS	CSR Rating 68/100
Ecoact-Carbon Clear	 ecoact	Rank 1, 86%
Sustainalytics	 SUSTAINALYTICS	83 puntos sobre 100
Index Americas BID	 INDEX Americas	Entre las 100 empresas más sostenibles de América latina y Caribe
Fortune 500	 FORTUNE 500	3ª operadora más admirada del mundo, 1ª europea

2.9.9. Tablas de cumplimientos GRI

Ley 11/2018, de 28 de diciembre

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
Modelo de negocio					
	Descripción del modelo de negocio, entorno, organización y estructura	102-1	Nombre de la Compañía	Respuesta directa: Telefónica S.A.	
		102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	1.1 Telefónica de un vistazo / 1.1.4 Nuestras marcas	
	Mercados en los que opera	102-3	Ubicación de la sede	Respuesta directa: Madrid, España	
		102-4	Ubicación de las operaciones	1.1 Telefónica de un vistazo / 1.1.3 Avanzando hacia un mundo más sostenible / contribuimos al desarrollo de las comunidades en que estamos presentes	
		102-5	Propiedad y forma jurídica	1.1. Telefónica de un vistazo	
		102-6	Mercados servidos	1.1. Telefónica de un vistazo	
		102-7	Tamaño de la organización	1.1. Telefónica de un vistazo	
	Objetivos y estrategias	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	2.6.2 Pilares éticos, corrupción y soborno / 2.6.2.3 Normas internas	
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	1.2 Un contexto de cambio	
Políticas y resultados de las mismas					
	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 1.) los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2.) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103	Enfoque de gestión de cada ámbito		
Principales Riesgos no Financieros					
	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y * cómo el grupo gestiona dichos riesgos, * explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. * Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	1.2 Un contexto de cambio 2.4.2.2 El reto de atraer y desarrollar el talento / e) La atracción del mejor talento: la única forma de asegurar el futuro	4. Riesgos
		413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	1.1.3 Avanzamos hacia un mundo más sostenible / contribuimos al desarrollo de las comunidades en que estamos presentes	
		407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo / Resultado de auditorías	
		408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	2.6.3 Derechos Humanos / evaluación interna de impacto en los derechos de infancia y adolescencia	
		409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo / Resultado de auditorías	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
Cuestiones medioambientales					
Global Medio Ambiente					
	1.) Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental;	103	Enfoque de gestión de cada ámbito	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
	2.) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales;	102-11	Principio o enfoque de precaución	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad	
	3.) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales. (Ej. dericados de la ley de responsabilidad	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	2.5 Los proveedores nuestros aliados/2.5.2 Gestionamos proactivamente los riesgos	
		308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	2.2.3.Economía Circular	
Contaminación					
	1.) Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medioambiente;	103	Enfoque de gestión de Emisiones// Biodiversidad	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
		305-5	Reducción de las emisiones de GEI	2.2.4. Energía y Cambio Climático/ Objetivos de energía y cambio climático	
	2.) Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	46t	
		305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.		Este indicador no se considera relevante ya que las emisiones de este tipo de contaminantes no son significativas de nuestra actividad
Economía circular y prevención y gestión de residuos					
	Economía circular	103	Enfoque de gestión de Efluentes y residuos	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental /2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
		301-2	Insumos reciclados	2.2.3.1 Economía circular/Nuestra ecoeficiencia	Este indicador no se considera de aplicación puesto que los productos y servicios ofertados por Telefonica no están relacionados directamente con la fabricación de productos
		301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	2.2.3.Economía Circular/ c) Cerrando el Ciclo: Residuos y No-Residuos	
	Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;	103	Enfoque de gestión de Efluentes y residuos	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
		306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino.	2.2.3.1 Nuestra ecoeficiencia Respuesta directa: Todo el vertido de agua en Telefonica es sanitario y se vierte a los sistemas de saneamiento municipales.	
		306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	2.2.3.Economía Circular /c) Cerrando el Ciclo: Residuos y No-Residuos	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
		306-3	Derrames significativos	<p>Respuesta directa: Durante 2018, se produjo un derrame considerado significativo. Se entiende como derrame significativo aquel que requiere una intervención de remediación posterior en la zona con un coste superior a los 10.000 euros.</p> <p>El derrame se ha producido en Pedro Aguirre Cerda N° 8159, Región Metropolitana (Chile), con un volumen aproximado de 3,5 m3 como consecuencia del robo de una tubería que conduce combustible diésel. El vertido no se produjo directamente sobre terreno, sino sobre asfalto o losa de patio. Fueron implantadas todas las medidas de contención, limpieza y remediación necesaria para evitar el impacto sobre el terreno. Así mismo, se toman medidas preventivas para evitar posibles sucesos futuros.</p>	
		306-4	Transporte de residuos peligrosos	<p>Respuesta directa: Telefónica no transporta, importa o exporta directamente residuos peligrosos incluidos en el Convenio de Basilea en ninguno de los países en los que desarrolla sus actividades.</p>	
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	103	Enfoque de gestión de Efluentes y residuos	<p>2.2.1. Nuestra estrategia y materialidad</p> <p>2.2.2. Gestión Ambiental</p> <p>2.2.3. Economía Circular</p> <p>2.2.4. Energía y Cambio Climático</p>	Este indicador no se considera de aplicación puesto que la actividad y los productos y servicios ofertados por Telefónica no están relacionados directamente con el consumo de alimentos.
Uso sostenible de los recursos					
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	303-1	Extracción de agua por fuente	<p>2.2.3.1 Nuestra ecoeficiencia</p> <p>Respuesta Directa: El consumo de agua de Telefónica proviene de las redes de suministro municipal de los lugares donde operamos.</p>	
		103	Enfoque de Gestión de Materiales	<p>2.2.1. Nuestra estrategia y materialidad</p> <p>2.2.2. Gestión Ambiental</p> <p>2.2.3. Economía Circular</p> <p>2.2.4. Energía y Cambio Climático</p>	
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.		<p>Al ser una empresa de servicios, este indicador no es de aplicación. El consumo de materiales no se produce para la generación directa de productos sino para que la red de telecomunicaciones de la compañía de los servicios requeridos por nuestros clientes. Los procesos para reducir el consumo de materiales y la reutilización hacen que nuestra red sea más eficiente desde este punto de vista también. En nuestras actividades administrativas, el papel es el material más utilizado.</p> <p>Desde Telefónica se promueve su uso eficiente a través de la digitalización de procesos. En el capítulo de medio ambiente, se ha incluido un mayor detalle sobre la gestión del consumo de papel por parte de Telefónica.</p>
		301-2	Insumos reciclados	2.2.3.1 Nuestra ecoeficiencia	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
		301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	2.2.3.Economía Circular/ c) Cerrando el Ciclo: Residuos y No-Residuos	
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	103	Enfoque de Gestión Energía	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
		302-1	Consumo energético dentro de la organización	2.2.4.2 Energía Respuesta directa: El consumo energético reportado incluye tanto el que se realiza en instalaciones de Telefónica como en instalaciones externas, por ejemplo de otros operadores o empresas de torres de telecomunicaciones. Consumo en de energía en instalaciones propias 22.683.803 GJ	
		302-2	Consumo energético fuera de la organización	2.2.4.2 Energía Respuesta directa: El consumo energético reportado incluye tanto el que se realiza en instalaciones de Telefónica como en instalaciones externas, por ejemplo de otros operadores o empresas de torres de telecomunicaciones. Consumo de energía en instalaciones de terceros 3.008.577 GJ	
		302-3	Intensidad energética	2.2.4.2 Plan de Eficiencia Energética Respuesta directa: En el último año se ha reducido la intensidad energética -169,13 GJ/PB	
		302-4	Reducción del consumo energético	2.2.4.2 Energía Respuesta directa: El consumo de energía ha aumentado en términos absolutos un 1% respecto al año anterior, aunque se ha reducido 0,29% respecto a 2015 (-73.933 GJ). Además, el año pasado se ha reducido la intensidad energética un 64% desde el año 2015.	
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios		Este indicador no se considera de aplicación puesto que los productos y servicios ofertados por Telefónica no están relacionados directamente con el consumo de energía de nuestros clientes. La naturaleza mayoritaria de los productos y servicios ofertados por Telefónica están relacionados con la conectividad móvil y fija, así como servicios digitales y de datos.

Cambio Climático

Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce;

103	Enfoque de gestión de Emisiones	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	2.2.4.3 Emisiones de CO ₂
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	2.2.4.3 Emisiones de CO ₂
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	2.2.4.3 Emisiones de CO ₂
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	2.2.4.3 Emisiones de CO ₂

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omissiones GRI
		305-5	Reducción de las emisiones de GEI	2.2.4.1 Objetivos de energía y cambio climático	
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	103	Enfoque de gestión de Emisiones	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	103	Enfoque de gestión de Emisiones	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
		305-5	Reducción de las emisiones de GEI	2.2.4.1 Objetivos de energía y cambio climático	
Protección de la biodiversidad					
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	103	Enfoque de Gestión Biodiversidad	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
		306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	2.2.3.1 Nuestra ecoeficiencia Respuesta directa: Todo el vertido de agua en Telefónica es sanitario y se vierte a los sistemas de saneamiento municipales por lo que no se produce ninguna afección a cuerpos de agua o hábitats relacionados	
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	103	Enfoque de Gestión Biodiversidad	2.2.1.Nuestra estrategia y materialidad 2.2.2.Gestión Ambiental 2.2.3.Economía Circular 2.2.4. Energía y Cambio Climático	
Cuestiones sociales y relativas al personal					
Empleo					
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	103	Enfoque de Gestión de Empleo	2.4 Nuestro equipo marca la diferencia/ 2.4.1 Contexto	
		102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de plantilla	La información incluida en el Informe incluye solo empleados internos contratados por Telefónica
		202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	Respuesta directa: 73,3% de los presidentes y CEOs de los países son locales	
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de diversidad	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de plantilla	La información incluida en el Informe incluye solo empleados internos contratados por Telefónica
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de plantilla	La información incluida en el Informe incluye solo empleados internos contratados por Telefónica
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de plantilla	
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de clima social	
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de retribuciones	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omissiones GRI
	Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	103	Enfoque de Empleo + Diversidad e Igualdad de oportunidades	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de retribuciones	
		405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de retribuciones	
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,	103	Enfoque de gestión de Diversidad e Igualdad	2.6.1.3 Remuneración de los consejeros / Consejeros en su condición de tales	
		102-35	Gobernanza: Políticas de remuneración	2.4.3.1 Cómo valorar el esfuerzo: política retributiva	
		102-36	Gobernanza: Procesos para determinar la remuneración	2.4.3.1 Cómo valorar el esfuerzo: política retributiva	
		102-38	Gobernanza: Ratio de compensación total anual		La información relativa a este indicador no se publica por motivos específicos de confidencialidad.
		102-39	Gobernanza: Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual		La información relativa a este indicador no se publica por motivos específicos de confidencialidad.
	Implantación de políticas de desconexión laboral, Empleados con discapacidad.	103	Enfoque de Gestión de Empleo	2.3.1.5 Desconectar para reconectar	
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	2.4.2.1 diversidad e inclusión / b) el desafío de la igualdad 2.4.6 Principales indicadores - indicadores de Diversidad	

Organización del trabajo

Organización del tiempo de trabajo	103	Enfoque de Gestión de Empleo	2.4.3.4 Equilibrio de la vida personal y laboral	
Número de horas de absentismo	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de Seguridad y salud laboral	La información incluida en el Informe incluye solo empleados internos contratados por Telefónica
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	103	Enfoque de Gestión de Empleo	2.4.3.4 Equilibrio de la vida personal y laboral	

Salud y seguridad

Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	103	Enfoque de Gestión Salud y Seguridad en el trabajo	2.3.1 Seguridad, salud y bienestar	
	403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	2.3.1.2 Representatividad y participación de los trabajadores	
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de Seguridad y salud laboral	
	403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	2.3.1.1 Prevención de incidentes de trabajo y enfermedades profesionales	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
Relaciones sociales					
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	103	Enfoque de Gestión Relaciones trabajador empresa	2.4.3.3 El diálogo social como puente entre trabajadores y empresa	
		407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo	
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	2.4.3.3 El diálogo social como puente entre trabajadores y empresa	
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	2.4.3.3 El diálogo social como puente entre trabajadores y empresa	
Formación					
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	103	Enfoque de Gestión Formación y enseñanza	2.4.2.2 El reto de atraer y desarrollar el talento/ a) políticas de formación	
		404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	2.4.2.2 El reto de atraer y desarrollar el talento/ d) la clave del éxito: el aprendizaje continuo	Actualmente en el Informe no se reporta información sobre los programas de ayuda a la transición para la gestión final de las carreras profesionales por jubilación o despido. No obstante, en este Informe se presenta información relacionada con los diferentes programas de formación que Telefonía ofrece a sus empleados
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	2.4.3.1 Cómo valorar el esfuerzo: política retributiva	Actualmente los sistemas de información de Telefonía no permiten desglosar la información relativa a las evaluaciones de desempeño por sexo ni categoría laboral. Estamos adaptando los sistemas para poder facilitar esta información
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	2.4.6 Principales indicadores - indicadores de formación	
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103	Enfoque de Gestión de Diversidad e Igualdad de oportunidades + No discriminación	2.4.2.1 Diversidad e inclusión / b) el desafío de la igualdad	
Igualdad					
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;	103	Enfoque de Gestión Diversidad e igualdad de oportunidades + No discriminación	2.4.2.1 Diversidad e inclusión / b) el desafío de la igualdad	
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad;	103	Enfoque de Gestión Diversidad e igualdad de oportunidades + No discriminación	2.4.2.1 Diversidad e inclusión / b) el desafío de la igualdad	
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	103	Enfoque de Gestión Diversidad e igualdad de oportunidades + No discriminación	2.4.2.1 diversidad e inclusión / b) el desafío de la igualdad	
Derechos humanos					
	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos;	103	Enfoque de Gestión Evaluación de derechos humanos+ Libertad de asociación y negociación colectiva+ Trabajo infantil+ Trabajo forzoso u obligatorio	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
		102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	2.6.2.1 Valores, principios y estándares de conducta	
		102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / b) Cumplimiento	
		412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	2.6.3.2 Nuestra debida diligencia en materia de derechos humanos	
		412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	2.6.3.2 Nuestra debida diligencia en materia de derechos humanos	Actualmente Telefónica reporta el porcentaje y número de empleados formados en el curso de Principios de Actuación y Negocio Responsable. Se prevé reportar el número de horas de formación en próximos ejercicios
		410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos		Respuesta directa: la seguridad física no ha salido como asunto prioritario en el análisis de evaluación de impacto en Telefónica
		412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	2.6.3.2 Nuestra debida diligencia en materia de derechos humanos	
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / c) Mecanismos de reclamación y remedio 2.6.3 Respeto a los derechos humanos	
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva;	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	2.6.3 Respeto a los derechos humanos / Cuadro 2.4.3.3 El diálogo social como puente entre trabajadores y empresa	
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación;	103	Enfoque de Gestión de No Discriminación	2.6.2.1 Valores, principios y estándares de conducta	
		406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / c) Mecanismos de reclamación y remedio	
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio;	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo	
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo	
Corrupción y soborno					
	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno;	103	Enfoque de Gestión Anticorrupción	2.6.2.1 Valores, principios y estándares de conducta	
		102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	2.6.2.1 Valores, principios y estándares de conducta	
		102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / c) Mecanismos de reclamación y remedio	
		205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / d) Control interno	
		205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / b) Formación	
		205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	2.6.2.1 Valores, principios y estándares de conducta	
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales,	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	2.6.2.4 Nuestra cultura de negocio responsable / b) Cumplimiento	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	2.3.1.8 Campos electromagnéticos / c) Dialogamos con las comunidades 2.3 Implicados en el bienestar social / 2.3.3 Acción social	

Sociedad

Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible

El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local;	103	Enfoque de Gestión Comunidades locales + impactos económicos indirectos	1.4.1 Contribución al progreso
	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	1.1.3 Avanzamos hacia un mundo más sostenible / contribuimos al desarrollo de las comunidades en que estamos presentes
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	1.4.2 Impacto en el PIB 1.4.3 Impacto en el empleo
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	2.3.1.8 Campos electromagnéticos / c) Dialogamos con las comunidades
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;	103	Enfoque de Gestión de Comunidades Locales	2.3.1.8. Campos Electromagnéticos
	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	1.1.3 Avanzamos hacia un mundo más sostenible / contribuimos al desarrollo de las comunidades en que estamos presentes
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	1.4.2 Impacto en el PIB 1.4.3 Impacto en el empleo
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	103	Enfoque de Gestión de Comunidades Locales	2.3.1.8. Campos Electromagnéticos
	102-43	Enfoques para la participación de los grupos de interés	1.7 Nuestra relación con los grupos de interés
Las acciones de asociación o patrocinio.	102-12	Iniciativas externas	2.9.4 Principios para la elaboración del estado de información no financiera / estándares voluntarios
	102-13	Afiliación a asociaciones	2.3.3 Colaboración con otras asociaciones

Subcontratación y proveedores

* La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; * Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	102-9	Cadena de suministro	2.5.1 Un modelo de compras sostenible
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	2.9.3 Estructura y perímetro de la sección de información no financiera
	103	Enfoque de evaluación ambiental de proveedores + evaluación social de proveedores+ prácticas de adquisición	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo / Resultado de auditorías
	308-1	Evaluación ambiental de proveedores	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo / Resultado de auditorías
	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	1.1.3 Avanzamos hacia un mundo más sostenible / contribuimos al desarrollo de las comunidades en que estamos presentes
	414-1	Evaluación social de proveedores	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 4 Auditorías a proveedores de riesgo / Resultado de auditorías

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	103	Enfoque de gestión prácticas de adquisición	2.5.1 Un modelo de compras sostenible	
		414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 1 Estándares mínimos a cumplir	
		414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	2.5.2 Gestión proactiva de los riesgos / Paso 1 Estándares mínimos a cumplir	
Consumidores					
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103	Enfoque de Gestión Seguridad y Salud en clientes + Marketing y etiquetado + Privacidad del cliente	2.1.1 Estrategia: generar confianza 2.3.1.8 Campos electromagnéticos / a) Cumplimos con los límites internacionales reconocidos	
		416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	2.1.1 Estrategia: generar confianza 2.3.1.8 Campos electromagnéticos / a) Cumplimos con los límites internacionales reconocidos 2.3.1.6 Nuestros productos y servicios son seguros	
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103	Enfoque de Gestión Seguridad y Salud en clientes + Marketing y etiquetado + Privacidad del cliente	2.3.1.8 Campos electromagnéticos / a) Cumplimos con los límites internacionales reconocidos 1.6.5.2 Sistemas de reclamación y servicios de defensa del cliente	
		416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	2.3-1-8 Cumplimos con los límites internacionales reconocidos	
		418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	2.1.1 Estrategia: generar confianza	
Información fiscal					
	Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	103	Enfoque de gestión desempeño económico + datos cuantitativos de los impuestos y beneficios	1.4.5 Contribución a las haciendas locales / impuestos en 2018	
	Subvenciones públicas recibidas	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	1.4.5 Contribución a las haciendas locales / impuestos en 2018	
Otros contenidos significativos					
	Otros contenidos generales	102-18	Estructura de gobernanza	2.6.1.1 Órganos de Gobierno	
		102-19	Delegación de autoridad	2.6.1 Principales aspectos de gobierno corporativo	
		102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales.	2.6.2.2 Gobierno y gestión de negocio responsable	
		102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales.	1.7 Nuestra relación con los grupos de interés / cuadro	
		102-22	Composición del máximo órgano superior de gobierno y sus comités	2.6.1.1 Órganos de Gobierno	
		102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Respuesta directa: José María Álvarez-Pallete	
		102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	5 Informe Anual de Gobierno Corporativo / C 1.16	
		102-25	Conflictos de interés	5 Informe Anual de Gobierno Corporativo / D 6	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
		102-26	Función de máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	2.6.2.2 Gobierno y gestión de negocio responsable	
		102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	2.6.2.2 Gobierno y gestión de negocio responsable	
		102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	5 Informe Anual de Gobierno Corporativo / C 1.17	
		102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales.	2.6.2.2 Gobierno y gestión de negocio responsable	
		102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	2.6.2.2 Gobierno y gestión de negocio responsable	
		102-31	Revisión de temas económicos, ambientales y sociales	2.6.2.2 Gobierno y gestión de negocio responsable	
		102-32	Función de máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	2.9.4 Principios para la elaboración del estado de información no financiera	
		102-33	Comunicación de preocupaciones críticas al máximo órgano de gobierno	2.6.2.1 Valores, principios y estándares de conducta	
		102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones éticas	1.7.1 Panel central de negocio responsable / a, b, c	
		102-37	Involucración de los grupos de interés en la remuneración	5 Informe Anual de Gobierno Corporativo / G Grado de seguimiento de las recomendaciones de gobierno corporativo / 48	
		102-40	Lista de grupos de interés	2.9.1 Grupos de interés de Telefónica	
		102-42	Identificación y selección de grupos de interés	1.6.5.1 indicadores de satisfacción de nuestros clientes 2.9.1 Grupos de interés de Telefónica	
		102-43 102-44	Enfoques para la participación de los grupos de interés Temas y preocupaciones clave mencionados	2.9.2 Tipos de involucración y relación con nuestros grupos de interés	
		102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	1.7.1 Panel central de negocio responsable / a, b, c	
		102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	2.9.3 Estructura y perímetro de consolidación de la información no financiera	
		102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Cobertura del tema	2.9.4 Principios para la elaboración del estado de información no financiera	
		102-47	Lista de los temas materiales	1.8 Aspectos materiales de nuestra actividad	
		102-48	Reexpresión de la información	2.9.3 Estructura y perímetro de consolidación de la información no financiera	
		102-49	Cambios en la elaboración de informes	2.9.3 Estructura y perímetro de consolidación de la información no financiera	
		102-50	Período objeto del informe	Respuesta directa: año 2018	
		102-51	Fecha del último informe	Respuesta directa: abril de 2018	

Ámbitos	Contenidos	Criterio de reporting	Descripción GRI (OPCIONAL)	Referencia/localización	Omisiones GRI
		102-52	Ciclo de elaboración de informes	Respuesta directa: anual	
		102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Respuesta directa: Dirección Global de Ética Corporativa y Negocio Responsable de Telefónica	
		102-55	Índice de contenido de GRI	2.9.9 Tablas de cumplimiento GRI	
		102-56	Verificación externa	Respuesta directa: verificación externa realizada por PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.	

Todos los indicadores GRI se consideran materiales para la Compañía excepto el 202-1, 202-2, 301-2, 301-3, 303-1.



evolución

3



Evolución de nuestros negocios

- » 3.1. Principales aspectos del ejercicio 2018
- » 3.2. Resultados consolidados 2018/2017
- » 3.3. Resultados por segmentos 2018/2017
- » 3.4. Principales aspectos del ejercicio 2017
- » 3.5. Resultados consolidados 2017/2016
- » 3.6. Resultados por segmentos 2017/2016

3.1. Principales aspectos del ejercicio 2018

En el año 2018 destaca el crecimiento positivo en el Margen OIBDA y en el Flujo de Caja Operativa (OIBDA-CapEx excluyendo adquisiciones de espectro), incrementando 0,9 puntos porcentuales y un 3,6% en términos reportados respectivamente. Además, destaca la continua transformación de la compañía, con 50,5 millones de unidades inmobiliarias preparadas para FTTx, y adicionalmente la cobertura de LTE alcanzó un 76,0% en 2018 con un crecimiento de 3,6 puntos porcentuales interanual, justificando mantener el CapEx sobre ingresos en un 16,7%. La Compañía cierra el año con un total de 356,2 millones de accesos (-0,5% interanual), como resultado principalmente de la caída del prepago y la voz fija. Mantenemos como foco estratégico crecer en clientes de valor, los clientes de contrato crecen un 6,8% con respecto al 2017, totalizando 123,8 millones de clientes, y los clientes de UBB superan los 13,2 millones de clientes a 31 de diciembre de 2018 representando un 20,5% de crecimiento frente al año anterior.

En el año 2018, los **ingresos** totalizan 48.693 millones de euros, descendiendo un 6,4% comparado con el año anterior en términos reportados (+2,4% en términos orgánicos). El **OIBDA** ascendió a 15.571 millones de euros en 2018, lo que supuso una caída en términos reportados del 3,8%. En términos orgánicos, el OIBDA crece un 3,5% debido a la positiva evolución de Telefónica Brasil, Telefónica Reino Unido y Telefónica Hispam Sur que compensan los menores resultados de Telefónica Hispam Norte, Telefónica España y Telefónica Alemania. En 2018, el resultado operativo totaliza 6.522 millones de euros, disminuyendo un 4,0% en términos reportados (+6,3% en términos orgánicos), incluyendo amortizaciones por importe de 9.049 millones de euros, que decrecen un 3,7% con respecto al 2017 en términos reportados. Para información adicional sobre variaciones orgánicas, ver "Ajustes para el cálculo de las variaciones orgánicas".

Los **accesos totales** de Telefónica alcanzan 356,2 millones a 31 de diciembre de 2018, disminuyendo un 0,5% interanual como resultado fundamentalmente de la pérdida de clientes prepago en Telefónica Brasil (-14,2% interanual) y Telefónica Hispam Sur (-7,5% interanual) debido a la intensa competitividad del mercado y en menor medida por Telefónica Alemania (-6,1% interanual), como resultado de la adopción de la normativa de identificación en prepago por la que los clientes de tarjetas SIM de prepago deben proporcionar su carnet de identidad desde julio de 2017. Durante el 2018 los servicios de mayor valor continúan incrementando su peso, reflejándose en un sostenido crecimiento del contrato móvil (smartphones y LTE), la fibra y la televisión de pago.

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de los dos últimos años a 31 de diciembre:

Miles de accesos	2017	2018	R. %Var. reportada
Accesos de telefonía fija (1)	36.898,6	34.941,4	(5,3%)
Accesos de datos e internet (2)	21.864,6	22.087,5	1,0%
Banda ancha (3)	21.417,5	21.645,2	1,1%
FTTx/Cable	10.961,6	13.213,1	20,5%
Accesos móviles	271.766,9	270.814,9	(0,4%)
Prepago	155.868,5	147.062,0	(5,6%)
Contrato	115.898,4	123.752,9	6,8%
M2M	16.137,2	19.483,0	20,7%
TV de Pago	8.467,7	8.875,4	4,8%
Accesos Clientes Finales	338.997,9	336.719,3	(0,7%)
Accesos Mayoristas	19.124,9	19.520,0	2,1%
Accesos mayoristas fijos	4.460,2	3.951,5	(11,4%)
Accesos mayoristas móviles (4)	14.664,7	15.568,5	6,2%
Total Accesos	358.122,8	356.239,4	(0,5%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

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



(4) Se incluyen los accesos mayoristas móviles en total contrato desde el primer trimestre de 2018. A efectos comparativos, se facilita esta información desde enero 2017.

La siguiente tabla muestra la evolución de accesos por segmento:

Accesos 2018	Variación interanual	% sobre Total Accesos	
		2017	2018
Telefónica España	1,4%	11,4%	11,7%
Telefónica Reino Unido	1,5%	9,1%	9,3%
Telefónica Alemania	(1,1%)	13,3%	13,2%
Telefónica Brasil	(2,7%)	27,3%	26,8%
Telefónica Hispam Norte	1,4%	20,3%	20,6%
Telefónica Hispam Sur	(2,6%)	16,3%	16,0%
Otras compañías	8,8%	2,3%	2,5%

Los **accesos móviles** ascienden a 270,8 millones a diciembre de 2018 y disminuyen un 0,4% frente al mismo período de 2017. Los menores accesos de prepago (-5,6% interanual) más que compensan el crecimiento de los clientes móviles de contrato, que aumentan un 6,8% interanual, y que continúan incrementando su peso hasta el 45,7% de los accesos móviles (+3,1 puntos porcentuales interanual).

Los **smartphones** aumentan un 5,7% interanual y se sitúan en 167,7 millones de accesos, representando el 67,5% sobre el total de accesos móviles (+4,5 puntos porcentuales interanual), reflejo del foco estratégico de la Compañía en el crecimiento de los servicios de datos.

Los **accesos de banda ancha fija** se sitúan en 21,6 millones a 31 de diciembre de 2018, con un crecimiento del 1,1% interanual. Los accesos de fibra a 31 de diciembre de 2018 se sitúan en 13,2 millones frente a 11,0 millones en 2017, representando un crecimiento interanual del 20,5%.

Los **accesos de televisión de pago** alcanzan 8,9 millones de clientes con un crecimiento interanual del 4,8% por el aumento de los accesos en Telefónica España (+6,3% interanual) y Telefónica del Perú (+11,8% interanual).

Las tablas a continuación, muestran la evolución estimada de Telefónica para el mercado de accesos móviles y de accesos de banda ancha fija, de los últimos dos años.

Evolución Posición Competitiva

Telefónica	Cuota de mercado móvil ⁽¹⁾	
	2017	2018
España	29,3%	29,7%
Reino Unido	26,3%	26,3%
Alemania	36,9%	36,7%
Brasil	31,7%	31,9%
Argentina	32,8%	31,4%
Chile	32,2%	29,7%
Perú	36,8%	34,6%
Colombia	24,4%	24,6%
Venezuela	39,1%	40,9%
México	22,0%	21,6%
Centroamérica	28,4%	26,7%
Ecuador	30,0%	29,8%
Uruguay	34,2%	35,9%

(1) Estimación interna en ambos años.



Telefónica	Cuota de BAF ⁽¹⁾	
	2017	2018
España	40,6%	40,4%
Brasil	26,5%	24,4%
Argentina	24,1%	22,0%
Chile	34,6%	32,9%
Perú	73,9%	71,6%
Colombia	15,3%	18,2%

(1) Estimación interna en ambos años.

3.2. Resultados consolidados 2018/2017

Esta sección presenta las variaciones de las cuentas de resultados consolidadas del Grupo Telefónica de los ejercicios 2018 y 2017. Las variaciones de las cuentas de resultados consolidadas de los ejercicios 2017 y 2016 se presentan en sección aparte más adelante.

Resultados Consolidados Millones de euros	Año finalizado 31 de diciembre				Variación	
	2017		2018		2018 vs 2017	
	Total	% Sobre Ingresos	Total	% Sobre Ingresos	Total	%
Ventas y prestaciones de servicios	52.008	100%	48.693	100%	(3.315)	(6,4%)
Otros ingresos	1.489	2,9%	1.622	3,3%	133	8,9%
Aprovisionamientos	(15.022)	(28,9%)	(14.013)	(28,8%)	1.009	(6,7%)
Gastos de personal	(6.862)	(13,2%)	(6.332)	(13,0%)	530	(7,7%)
Otros gastos	(15.426)	(29,7%)	(14.399)	(29,6%)	1.027	(6,7%)
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE AMORTIZACIONES (OIBDA)	16.187	31,1%	15.571	32,0%	(616)	(3,8%)
Margen OIBDA	31,1%		32,0%		0,9 p.p.	
Amortizaciones	(9.396)	(18,1%)	(9.049)	(18,6%)	347	(3,7%)
RESULTADO OPERATIVO	6.791	13,1%	6.522	13,4%	(269)	(4,0%)
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	5	0,0%	4	0,0%	(1)	(10,4%)
Resultado financiero neto	(2.199)	(4,2%)	(955)	(2,0%)	1.244	(56,6%)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	4.597	8,8%	5.571	11,4%	974	21,2%
Impuesto sobre beneficios	(1.219)	(2,3%)	(1.621)	(3,3%)	(402)	33,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO	3.378	6,5%	3.950	8,1%	572	17,0%
Atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante	3.132	6,0%	3.331	6,8%	199	6,4%
Atribuido a los intereses minoritarios	246	0,5%	619	1,3%	373	n.s.

n.s.: no significativo

Ajustes para el cálculo de las variaciones orgánicas

Las variaciones porcentuales interanuales señaladas en este documento como “orgánicas” o presentadas “en términos orgánicos” pretenden presentar variaciones interanuales sobre una base comparable, mediante la aplicación de un perímetro de consolidación constante, tipos de cambio constantes y aplicando otros ajustes específicos que se describen a continuación. Las variaciones “orgánicas” no deben ser evaluadas separadamente ni deben considerarse una alternativa a las variaciones reportadas.

A los efectos de este informe, variación “orgánica” 2018/2017 se define como la variación reportada ajustada para excluir los impactos que se detallan a continuación:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio y ajustes por hiperinflación en Argentina:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2017 para los dos periodos, excepto para Venezuela (resultados de 2017 y 2018 convertidos al tipo de cambio sintético al cierre de cada ejercicio).

La evolución de los tipos de cambio ha impactado negativamente en los resultados reportados de 2018, principalmente por la depreciación frente al euro de varias divisas latinoamericanas (en especial el real brasileño y el peso argentino).

Asimismo, se excluye el impacto de los ajustes por hiperinflación en Argentina, revirtiendo los ajustes registrados.

El efecto de los tipos de cambio e hiperinflación en Argentina resta 8,8 puntos porcentuales al crecimiento de las ventas y 10,3 puntos porcentuales al crecimiento del OIBDA.



- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación en 2018 y 2017. En estos años los principales cambios del perímetro de consolidación han sido la entrada en el perímetro de consolidación de las compañías colombianas Telebucaramanga, Metrotel y Optecom en octubre de 2017. En 2018 no ha habido cambios significativos en el perímetro de consolidación.

Para excluir el impacto de los citados cambios de perímetro en el cálculo de la variación orgánica, la base comparativa de 2017 incluye los resultados de Telebucaramanga, Metrotel y Optecom para el año completo.

- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto en 2018 y 2017 de los gastos de reestructuración principalmente relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo en Telefónica España, con los procesos de reestructuración de Telefónica Alemania, Telefónica Brasil, Telefónica Hispam Norte y Telefónica Hispam Sur, así como del programa de simplificación en áreas globales.

La distribución por segmentos de los gastos de reestructuración es la siguiente (impactos en OIBDA):

Millones de Euros	2017	2018
Telefónica España	165	297
Telefónica Brasil	—	46
Telefónica Alemania	82	84
Telefónica Hispam Norte	24	18
Telefónica Hispam Sur	79	50
Otras compañías	(10)	(34)
Total gastos por reestructuración	340	461

- **Resultado en la venta de torres:** se excluye el resultado obtenido en 2018 y 2017 por la venta de torres.

En 2018, el impacto en OIBDA por la venta de torres asciende a 51 millones de euros, principalmente en Telefónica Hispam Norte. En 2017, el impacto en OIBDA por la venta de torres ascendió a 7 millones de euros, principalmente también en Telefónica Hispam Norte.

- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2018 y 2017.

En 2018, estas adquisiciones ascienden a 868 millones de euros, de los que 588 millones de euros corresponden a Telefónica Reino Unido, 135 millones de euros a Telefónica México, 122 millones de euros a Telefónica España, 21 millones de euros a Telefónica Hispam Sur y 2 millones de euros a Telefónica Brasil.

En 2017, estas adquisiciones ascienden a 538 millones de euros, de los que 470 millones de euros corresponden a Telefónica Colombia, 4 millones de euros a Telefónica México, 36 millones de euros a Telefónica Centroamérica (21 millones de euros en Costa Rica y 15 millones de euros en el Salvador), 27 millones de euros a Telefónica Uruguay y 1 millón de euros a Telefónica Alemania.

- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** en la variación orgánica se excluye el resultado positivo o negativo obtenido en la venta de compañías.

En 2018 se excluye el resultado positivo obtenido en la venta de Telefónica Digital Ltd. (21 millones de euros) y el resultado negativo obtenido en la venta de Centro de Asistencia Telefónica, S.A. (3 millones de euros). En 2017 no se ha registrado ningún resultado en venta de compañías.

- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro de fondos de comercio.

En 2018 se excluye el deterioro del fondo de comercio asignados a Telefónica Móviles México, por importe de 350 millones de euros. En 2017 no se registraron deterioros de fondo de comercio.

- **Decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS:** la variación orgánica excluye el impacto positivo de la decisión del Tribunal Supremo de Brasil, de reconocer el derecho a deducir el impuesto estatal de productos y servicios (ICMS) del cálculo de la base del programa de integración social (PIS/COFINS). Telefónica Brasil ha presentado a las autoridades fiscales la solicitud de devolución de los pagos de PIS/COFINS afectado por esta decisión, junto con los intereses correspondientes. El impacto positivo en 2018, es de 789 millones de euros en OIBDA de Telefónica Brasil, excluido del cálculo de la variación orgánica.
- **Impacto NIIF 15 "Ingresos de Actividades Ordinarias procedentes de Contratos con Clientes" ("NIIF 15"):** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 15 en los resultados de 2018, que asciende a 35 millones de euros de menores ventas y 76 millones de euros de mayor OIBDA.
- **Otros ajustes:** se excluye el impacto de la provisión de determinadas contingencias fiscales y laborales en 2018 (215 millones de euros en Telefónica Brasil) y en 2017 (50 millones de euros en Telefónica Brasil y 57 millones de euros en otras sociedades); así como de las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución por importe de 13 millones de euros en 2017. Asimismo, se excluye el resultado positivo de la actualización de tarifas en Telefónica Venezuela en el último trimestre de 2017 (6 millones de euros en ingresos y 2 millones de euros en OIBDA reportados).

Las variaciones reportadas y orgánicas 2018/2017 (calculadas conforme a los ajustes arriba descritos) de determinadas partidas de las cuentas de resultados consolidadas, CapEx y OIBDA-Capex se muestran a continuación:

TELEFÓNICA 2018	Variación interanual	
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica
Ventas y prestaciones de servicios	(6,4%)	2,4%
Otros ingresos	8,9%	11,7%
Aprovisionamientos	(6,7%)	4,7%
Gastos de personal	(7,7%)	0,7%
Otros gastos	(6,7%)	0,7%
OIBDA	(3,8%)	3,5%
Resultado operativo	(4,0%)	6,3%
CapEx	(6,6%)	(1,3%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	(0,5%)	8,0%



La siguiente tabla muestra las aportaciones al crecimiento reportado de cada uno de los impactos considerados en el cálculo de las variaciones orgánicas explicados anteriormente. La aportación al crecimiento reportado, expresada en puntos porcentuales, es el resultado de dividir el importe de cada impacto (o la diferencia cuando afecta a los dos periodos) entre la cifra consolidada reportada del año anterior en cada epígrafe.

TELEFÓNICA 2018	Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)									
	Efecto tipo de cambio e hiperinflación	Cambio de Perímetro	Gastos de reestructuración	Venta de Torres	Adquisición de espectro	Resultado en venta de empresas	Deterioro de fondo de comercio	Decisión Judicial PIS/CONFIS	NIIF 15	Otros ajustes
Ventas y prestaciones de servicios	(8,8)	0,1	—	—	—	—	—	—	(0,1)	(0,0)
Otros ingresos	(7,2)	0,2	—	3,2	—	1,4	—	—	(0,4)	—
Aprovisionamientos	(5,8)	(0,0)	—	—	—	—	—	—	(5,6)	—
Gastos de personal	(10,3)	0,1	1,6	—	—	—	—	—	(0,0)	0,2
Otros gastos	(9,3)	0,1	0,2	0,0	—	—	2,3	(6,1)	4,7	0,8
OIBDA	(10,3)	0,1	(0,9)	0,3	—	0,1	(2,2)	5,8	0,5	(0,9)
Resultado operativo	(17,3)	(0,0)	(2,1)	0,7	—	0,3	(5,2)	13,9	1,1	(2,0)
CapEx	(9,8)	0,2	—	—	4,1	—	—	—	—	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	(10,8)	(0,0)	(1,9)	0,6	(4,8)	0,2	(4,7)	12,6	1,0	(1,9)

Análisis de los resultados

Ventas y prestaciones de servicios (ingresos), en 2018 los ingresos alcanzan 48.693 millones de euros, disminuyendo en términos reportados un 6,4% interanual, impactados por la evolución negativa de los tipos de cambio y la hiperinflación en Argentina (-8,8 puntos porcentuales). En términos orgánicos (para información adicional sobre variaciones orgánicas, ver "Ajustes para el cálculo de las variaciones orgánicas"), el incremento interanual habría sido de un 2,4% apoyados en la mejora de los ingresos de servicio (+1,0% interanual) y el fuerte avance de la venta de terminales (+18,8% interanual). La **estructura de los ingresos** refleja la diversificación de la Compañía. El segmento que más contribuye es Telefónica España que supone el 26,1% (+1,8 puntos porcentuales respecto a 2017), seguido de Telefónica Brasil que supone un 20,8% (disminuyendo su contribución en 2,3 puntos porcentuales respecto a 2017), Telefónica Alemania que contribuye con un 15,0% (aumentando 1,0 puntos porcentuales respecto a 2017), Telefónica Reino Unido que representa un 13,9% (aumentando en un 1,4 puntos porcentuales respecto a 2017), Telefónica Hispam Sur que supone un 13,7% (disminuyendo su contribución en 2,1 puntos porcentuales comparado con 2017) y Telefónica Hispam Norte que supone un 8,4% (estable interanualmente).

Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron en 2018 a 30.792 millones de euros (de los cuales 25.684 millones de euros fueron de ingresos del servicio y 5.108 millones de euros fueron de ingresos de venta de terminales), lo cual supone un decrecimiento de un 6,2% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se debe principalmente al impacto del tipo de cambio y la hiperinflación de Argentina (-9,1 puntos porcentuales). El efecto NIIF 15 tiene un impacto negativo de 0,1 puntos porcentuales. Excluyendo estos impactos, el crecimiento de los ingresos del negocio móvil sería de un 3,9% gracias al crecimiento de ingresos de Telefónica Hispam Sur, Telefónica España, Telefónica Reino Unido y Telefónica Brasil a pesar del impacto negativo de las restricciones regulatorias en algunas operadoras del grupo, principalmente aquellas relacionadas con MTRs.

Los **ingresos del servicio móvil**, que incluyen los ingresos de datos móviles, ascendieron en 2018 a 25.684 millones de euros, decreciendo en términos reportados un 10,4% interanual debido principalmente al impacto de tipo cambio y la hiperinflación de Argentina (-9,2 puntos porcentuales) y al efecto NIIF 15 (-2,0 puntos porcentuales). Excluyendo estos impactos, los ingresos del servicio móvil crecieron un 1,7% impulsado por el mayor consumo de datos.

Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron en 2018 a 16.734 millones de euros, lo cual supone un decrecimiento de 8,7% interanual en términos reportados principalmente debido al impacto de tipo cambio y la hiperinflación



de Argentina (-8,6 puntos porcentuales). Excluyendo este impacto y el efecto NIIF 15 (+0,2 puntos porcentuales), los ingresos del negocio fijo decrecen un 0,8% afectados principalmente por la evolución de Telefónica Brasil donde la subida de ingresos de fibra no consigue compensar la bajada de ingresos del negocio tradicional.

Otros ingresos alcanzan los 1.622 millones de euros en 2018, creciendo en términos reportados un 8,9% interanual, e incluyen principalmente los trabajos realizados para el inmovilizado, los resultados por enajenación de otros activos (en particular, el resultado de la venta de Telefónica Digital Ltd. por importe de 21 millones de euros en 2018 y el resultado por venta de torres, que asciende a 51 millones de euros en 2018, comparado con los 7 millones de euros de 2017).

Gastos totales, que incluyen los gastos de aprovisionamientos, de personal y otros gastos (principalmente servicios exteriores y tributos) pero no incluyen los gastos de amortizaciones y depreciaciones, ascendieron a 34.744 millones de euros en 2018, disminuyendo un 6,9% en términos reportados respecto a 2017. Este decrecimiento está principalmente impactado por el efecto de los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina (-8,1 puntos porcentuales). En términos orgánicos, los gastos totales se incrementaron en un 2,3% por mayores aprovisionamientos. La explicación de los gastos se incluye a continuación:

- Los **aprovisionamientos** se situaron en 14.013 millones de euros en 2018 disminuyendo un 6,7% respecto al 2017 en términos reportados, afectados principalmente por la evolución de los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina (-5,8 puntos porcentuales) y el efecto NIIF 15 (-5,6 puntos porcentuales). En términos orgánicos, los aprovisionamientos se incrementaron un 4,7% interanual principalmente por mayor agresividad comercial en los mercados de Europa donde el grupo ha tenido mayor consumo de terminales y el impacto del RLH (Roaming Like at Home) en Europa (que entró en vigor en junio de 2017), que más que compensan las bajadas en costes de interconexión en varios países de Latinoamérica.
- Los **gastos de personal** alcanzaron los 6.332 millones de euros en 2018, disminuyendo un 7,7% en términos reportados respecto a 2017, afectados principalmente por el impacto de los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina (-10,3 puntos porcentuales). En términos orgánicos, los gastos de personal se mantienen estables en un 0,7% interanual, ya que los ahorros en Telefónica España y Telefónica Alemania fueron compensados por la subida de los gastos de personal asociada a la inflación en algunos países de Latinoamérica.

La **plantilla promedio** del año 2018 decrece un 2,8% interanual, situándose en 121.853 empleados.

- **Otros gastos** alcanzaron los 14.399 millones de euros en el año 2018, disminuyendo un 6,7% en términos reportados. Este decrecimiento se debe principalmente al efecto de los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina que restan 9,3 puntos porcentuales al crecimiento interanual, y a la decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS (-6,1 puntos porcentuales), compensándose parcialmente estos impactos con mayores gastos de NIIF 15, el impacto del deterioro de fondos de comercio en Telefónica Hispam Norte (relacionado con Telefónica Móviles México) y mayores provisiones por contingencias laborales y fiscales en Brasil. En términos orgánicos, los otros gastos crecieron un 0,7% interanualmente.

El **OIBDA** en 2018 ha ascendido a 15.571 millones de euros, disminuyendo en términos reportados un 3,8%, como resultado principalmente del impacto negativo de los tipos de cambio y la hiperinflación en Argentina (-10,3 puntos porcentuales), el registro en 2018 del deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica México por importe de 350 millones de euros (-2,2 puntos porcentuales), mayor provisión por gastos de reestructuración en el año 2018 respecto a 2017 (-0,9 puntos porcentuales), así como determinadas contingencias laborales y tributarias que suman 215 millones de euros (-0,9 puntos porcentuales), que más que compensan los efectos positivos del registro en Telefónica Brasil de la decisión judicial por parte del Supremo brasileño acerca de que el ICMS no debería ser incluido en la base de los impuestos PIS/COFINS (+5,8 puntos porcentuales) y la mayor venta de torres (+0,3 puntos porcentuales).

En términos orgánicos, el OIBDA crecería interanualmente un 3,5% apoyado en la positiva evolución de los ingresos y el continuo esfuerzo de contención de gastos.



El **margen OIBDA** cierra 2018 en 32,0% aumentando 0,9 puntos porcentuales respecto al mismo período del año anterior en términos reportados.

Por segmentos, las regiones que más aportan al OIBDA del Grupo Telefónica en 2018 fueron: Telefónica España que aportó 30,6% (en línea con 2017), Telefónica Brasil con un 27,7% (que aumenta su aportación en 1,8 puntos porcentuales respecto a 2017), seguido de Telefónica Reino Unido que contribuye con un 12,0% (+1,9 puntos porcentuales comparado con 2017), Telefónica Alemania con un 11,8% (+0,5 puntos porcentuales comparado con 2017), Telefónica Hispam Sur con un 11% (si bien reduce su aportación en 3,0 puntos porcentuales respecto a 2017 explicado por la menor contribución de Telefónica Perú y Telefónica Argentina) y Telefónica Hispam Norte con un 5,1% (-2,7 puntos porcentuales comparado con 2017).

A cierre de 2018, las **amortizaciones del inmovilizado** ascienden a 9.049 millones de euros (-3,7% interanual en términos reportados) debido fundamentalmente al efecto tipo de cambio y el efecto de la hiperinflación en Argentina (-5.1 puntos porcentuales) y por mayores amortizaciones en Telefónica Alemania y Telefónica Brasil.

El **resultado operativo (OI)** del ejercicio 2018 asciende a 6.522 millones de euros descendiendo un 4,0% en términos reportados (+6,3% en términos orgánicos).

Las **participaciones en resultados de inversiones puestas en equivalencia** en 2018 alcanzan un resultado positivo de 4 millones de euros (comparado con un resultado positivo de 5 millones de euros en 2017).

Los **gastos financieros netos** de enero-diciembre (955 millones de euros) mejoran en 1.244 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior principalmente por el efecto no recurrente de los intereses asociados a las resoluciones favorables en Brasil y en menor medida por los ahorros por la reducción de la deuda y su coste.

El **gasto por impuesto** en 2018 asciende a 1.621 millones de euros que, sobre un resultado antes de impuestos de 5.571 millones de euros, sitúa la tasa efectiva en 29,1%. La diferencia con la tasa registrada en el mismo periodo de 2017 (26,5%) se explica fundamentalmente por la cancelación de créditos fiscales en 2018 en México.

Resultado de las partidas anteriores, el **resultado del ejercicio atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante** alcanza 3.331 millones de euros (3.132 millones de euros en 2017).

El **resultado del ejercicio atribuido a los intereses minoritarios** alcanza los 619 millones de euros, 373 millones de euros mayor que en 2017, fundamentalmente por el mejor resultado atribuido a los minoritarios de Telefónica Brasil y Telefónica Alemania, y por el resultado atribuible a los intereses minoritarios de Telxius tras la venta del 40% de la compañía en el último trimestre de 2017 y de un 9,99% adicional en el tercer trimestre de 2018.

3.3. Resultados por segmentos 2018/2017

TELEFÓNICA ESPAÑA

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica España en los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2017	2018	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija (1)	9.304,7	9.029,1	(3,0%)
Accesos de datos e internet (2)	6.039,6	6.129,6	1,5%
Banda ancha	6.020,3	6.113,5	1,5%
FTTH	3.423,7	3.940,6	15,1%
Accesos móviles	17.576,5	18.384,4	4,6%
Prepago	1.793,4	1.440,1	(19,7%)
Contrato	15.783,1	16.944,3	7,4%
M2M	2.015,6	2.333,2	15,8%
TV de Pago	3.847,6	4.091,3	6,3%
Accesos Clientes Finales	36.768,5	37.634,4	2,4%
Accesos Mayoristas	4.221,1	3.912,9	(7,3%)
Total Accesos	40.989,6	41.547,3	1,4%

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante el año 2018 la actividad comercial continúa apalancada en los activos diferenciales de la Compañía básicamente a través de la oferta convergente "Movistar Fusión+" y de la estrategia de "Más por Más". La Compañía continúa evolucionando dicha oferta adaptándola a la demanda incremental de los clientes, principalmente a través de: i) incremento de los datos incluidos en las líneas móviles de los paquetes de Movistar Fusión y ii) duplicando la velocidad de la fibra simétrica de 50 Mb a 100 Mb en los paquetes de baja velocidad y de 300 Mb a 600 Mb en los paquetes de alta velocidad. Por otro lado, en el mes de junio de 2018 nace O2 para dar respuesta a un segmento que reclama solo comunicaciones y una oferta sencilla con un servicio premium. El nuevo operador está dirigido hacia un segmento de servicio premium con una oferta sencilla, habiendo una doble oferta: móvil, por un lado, y convergente fibra-móvil. Adicionalmente, a finales de octubre de 2018 la Compañía lanza un nuevo portfolio Movistar Fusión que persigue, por un lado, simplificar la oferta disponible para los clientes, al pasarse de diez a seis productos, y, por otro, facilitar el acceso a uno de los contenidos más demandados por los clientes, el fútbol. Por último, en diciembre de 2018 la Compañía añade Netflix a su oferta, y crea nuevos paquetes con más GBs y una línea móvil adicional.

Telefónica España gestiona 41,5 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2018 (+1,4% comparado con 31 de diciembre de 2017), cambiando la tendencia decreciente de años anteriores, como resultado principalmente del crecimiento de los accesos de mayor valor: móviles de contrato, los accesos de fibra y los accesos de televisión.

La Oferta Convergente residencial alcanza un parque de 4,6 millones de clientes con 4,7 millones de líneas móviles adicionales asociadas a dichos clientes a 31 de diciembre de 2018, presentando un crecimiento interanual de 4,2% y 27,0% respectivamente, representando el 87,6% de los clientes de banda ancha fija residencial (+2,1 puntos porcentuales interanual) y el 83,9% de los de contrato móvil residencial (+4,5 puntos porcentuales interanual). Es importante mencionar que la penetración de servicios de alto valor con la Oferta Convergente continúa aumentando, con un 39,5% de la base de clientes ya disfrutando de fibra ultrarrápida de 600 Mb (+1,1 puntos porcentuales interanual) y un 80,4% con TV de pago (+4,8 puntos porcentuales interanual) así como el incremento de líneas móviles (cada paquete principal de la oferta convergente tiene de media 2,0 líneas móviles comparado con 1,8 en 2017) a 31 de diciembre de 2018. El churn de la Oferta Convergente



residencial "Movistar Fusión" en el año 2018 es de 1,5%, estable interanualmente a pesar de la alta competencia del mercado durante el año.

Los **accesos de telefonía fija minorista** disminuyen un 3,0% respecto a 31 de diciembre de 2017, con una pérdida neta de 276 mil clientes.

Los **accesos minoristas de banda ancha fija** con un parque de 6,1 millones (+1,5% interanual), presentan una ganancia neta de 93,2 mil accesos en el año 2018, gracias al crecimiento de las altas (+13,8% interanual) y a la estabilidad del churn (1,7%, +0,02 puntos porcentuales interanual).

Los **accesos de fibra** muestran una buena evolución en términos de ganancia neta situándose en 3,9 millones de clientes a 31 de diciembre de 2018 (+15,1% respecto a 31 de diciembre de 2017) y suponen ya el 64,5% de los accesos de banda ancha (+7,6 puntos porcentuales interanual), con una ganancia neta de 517 mil en el año 2018. Por su parte, los accesos de fibra ultrarrápida de 600 Mb (con mayor ARPU) ascienden a 2,4 millones de accesos (60,2% de los accesos de fibra). A 31 de diciembre de 2018, la cobertura de fibra hasta el hogar alcanzó a 21,3 millones de unidades inmobiliarias, 2,1 millones más que a 31 de diciembre de 2017, y continúa siendo la más extensa de Europa.

La planta total de **accesos móviles** se sitúa en 18,4 millones a 31 de diciembre de 2018, un 4,6% más que a 31 de diciembre de 2017 como resultado del aumento del parque de contrato que más que compensa el menor parque de prepago (-19,7% interanual), reflejando el éxito de la estrategia convergente y el buen comportamiento de la migración de prepago a contrato, positivo en el tercer y cuarto trimestres del año. El parque de contrato aumenta su ritmo de crecimiento en 2018 alcanzando el 7,4% interanual a 31 de diciembre de 2018. La penetración de smartphones a 31 de diciembre de 2018 asciende al 80,5% del parque móvil de voz (+4,1 puntos porcentuales interanual) impulsando significativamente el incremento de tráfico de datos (+68,1% interanual) debido al mayor número de clientes con paquetes de datos superiores.

La cobertura LTE continúa incrementándose, alcanzando una cobertura aproximada del 97,7% de la población (criterio basado en el cálculo de la competencia (la suma de los habitantes en ciudades con cobertura LTE)) a 31 de diciembre de 2018, aumentando en 0,7 puntos porcentuales comparado con el 31 de diciembre de 2017. Así, los clientes LTE superan los 8,8 millones a 31 de diciembre de 2018, +15,1% comparado con el 31 de diciembre de 2017, con una penetración que se sitúa en el 55,1% (+5,7 puntos porcentuales interanual).

Los **accesos de televisión** de pago totalizan 4,1 millones a 31 de diciembre de 2018, un 6,3% más que a 31 de diciembre de 2017 impulsados por la inclusión de servicios de TV en todo el portfolio convergente desde julio de 2017 y por el buen comportamiento de estos paquetes en 2018.

Los **accesos mayoristas** totalizan 3,9 millones a 31 de diciembre de 2018, con una caída del 7,3% interanual. Sin embargo, los accesos de fibra NEBA (Nuevo Servicio Ethernet de Banda Ancha) aumentan hasta alcanzar los 1,5 millones a 31 de diciembre de 2018, el 38,9% del total de accesos mayoristas (+18,8 puntos porcentuales interanual) y reflejando la positiva evolución de la red con tecnologías superiores.

La siguiente tabla muestra los resultados de Telefónica España en los dos últimos años:

Millones de Euros

TELFÓNICA ESPAÑA	2017	2018	%Var. Reportada	%Var. Orgánica (3)
Importe neto de la cifra de negocios	12.653	12.706	0,4%	0,4%
Residencial (1)	6.602	6.689	1,3%	1,3%
Fusión	4.470	4.795	7,3%	7,3%
No Fusión	2.132	1.894	(11,2%)	(11,2%)
Empresas	3.401	3.462	1,8%	1,8%
Comunicaciones	2.631	2.602	(1,1%)	(1,1%)
TI	770	860	11,6%	11,6%
Otros (2)	2.271	2.169	(4,5%)	(4,6%)
Otros ingresos	410	389	(5,2%)	(5,2%)
Aprovisionamientos	(3.481)	(3.663)	5,2%	5,2%
Gastos de personal	(2.212)	(2.248)	1,6%	(4,7%)
Otros gastos	(2.418)	(2.421)	0,1%	0,6%
OIBDA	4.952	4.763	(3,8%)	(1,3%)
Margen OIBDA	39,1%	37,5%	(1,6 p.p.)	(0,7 p.p.)
Amortizaciones	(1.688)	(1.650)	(2,3%)	(2,3%)
Resultado Operativo (OI)	3.264	3.113	(4,6%)	(0,8%)
CapEx	1.683	1.719	2,1%	(5,1%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	3.269	3.044	(6,9%)	0,6%

(1) Los ingresos de Residencial también incluyen ingresos del segmento residencial y autónomos.

(2) Los otros incluyen ingresos mayoristas, ingresos de filiales y otros ingresos.

(3) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica España se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2018/2017:

- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de los gastos de reestructuración relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo, que ascienden a 297 y 165 millones de euros en 2018 y 2017, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de adquisiciones de espectro en 2018, que ascendió a 122 millones de euros. Durante 2017 no hubo adquisiciones.
- **Optimización de la red de distribución:** se excluye el impacto de las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución en 2017 por importe de 13 millones de euros.
- **Impacto NIIF 15:** la variación orgánica excluye el efecto de la NIIF 15 en los resultados de 2018.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2018 el resultado negativo obtenido en la venta de Centro de Asistencia Telefónica, S.A. (3 millones de euros).



La siguiente tabla muestra las variaciones 2018/2017 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados, y la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.

TELEFÓNICA ESPAÑA 2018	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)				
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	Red de Distribución España	NIIF 15	Resultado en venta de empresas
Ventas y prestaciones de servicios	0,4%	0,4%	—	—	—	(0,0)	—
Otros ingresos	(5,2%)	(5,2%)	—	—	—	—	—
Aprovisionamientos	5,2%	5,2%	—	—	—	—	—
Gastos de personal	1,6%	(4,7%)	6,0	—	—	—	—
Otros gastos	0,1%	0,6%	—	—	(0,5)	(0,1)	0,1
OIBDA	(3,8%)	(1,3%)	(2,7)	—	0,3	(0,0)	(0,1)
CapEx	2,1%	(5,1%)	—	7,2	—	—	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	(6,9%)	0,6%	(4,0)	(3,7)	0,4	(0,0)	(0,1)

Análisis de los resultados

En 2018 los **ingresos** ascendieron a 12.706 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual en términos reportados del 0,4%, gracias al crecimiento de los ingresos del servicio (+0,4% interanual, +0,3% excluyendo el efecto NIIF 15), así como a los mayores ingresos por venta de terminales (+1,8% interanual, +3,4% excluyendo el efecto NIIF 15).

Dado el alto nivel de convergencia (servicios paquetizados por un solo precio), el desglose de los ingresos por negocios es cada vez menos representativo. Por esta razón, Telefónica España publica sus resultados con esta apertura que tiene más sentido de cara a su gestión.

- Los **ingresos de residencial** (6.689 millones de euros en el año 2018) aumentan un 1,3% interanual en términos reportados, impulsados por el crecimiento del ARPU y por el crecimiento del número de clientes, así como una mejora significativa en el mix de dichos clientes. Hubo un crecimiento significativo del 7,3% interanual en términos reportados de ingresos de la oferta convergente durante 2018 (4.795 millones de euros) que más que compensa la caída de ingresos no relacionados con ofertas convergentes.
- Los **ingresos de empresas** (3.462 millones de euros en el año 2018) crecen un 1,8% interanual en términos reportados, cambiando la tendencia de años anteriores gracias a la buena evolución de los ingresos de tecnología de la información (TI) que crecen un 11,6% interanual en términos reportados y más que compensan la caída de ingresos de comunicaciones (-1,1% interanual).
- Otros ingresos que incluyen ingresos mayoristas, ingresos de filiales y otros ingresos (2.169 millones de euros en el año 2018) caen un 4,5% en términos reportados, principalmente por los menores ingresos mayoristas de OMVs (como resultado de la migración de Yoigo/Pepephone de la red de Telefónica a la red de Orange), y por los efectos de los cambios regulatorios aplicables a lo largo de 2018, principalmente la bajada de los precios de interconexión móvil.

El **ARPU convergente** ascendió a cierre de 2018 a 88,7 euros, incrementando un 4,3% interanual en términos reportados, impulsado por la demanda de paquetes de mayor valor y la actualización de tarifas (como resultado de la implementación de la estrategia "Más por Más" por la cual se incrementaron las tarifas en contrato a cambio de más datos), así como la mejora en el mix de clientes impulsada por la continua renovación del portfolio incluyendo líneas móviles adicionales, contenidos adicionales, así como mejora de las funcionalidades en el paquete.



El **OIBDA** en 2018 alcanzó 4.763 millones de euros, con un descenso interanual del 3,8% en términos reportados. En el 2018 el OIBDA se ha visto negativamente afectado por la provisión dotada de 297 millones de euros correspondiente a los compromisos de pago asociados al “Plan Voluntario de Suspensión de Empleo” llevado a cabo por el Grupo en 2016 y posteriormente extendido a 2017 y 2018. El OIBDA de 2017 recogió 165 millones de euros por este concepto.

En términos orgánicos, el OIBDA presenta un descenso interanual del 1,3%, que se explica, fundamentalmente, por los menores ingresos de servicio fundamentalmente del negocio mayorista y los mayores costes de aprovisionamientos, compensados en parte por menores gastos de personal y mayores ingresos de residenciales y de empresas. La subida de costes de aprovisionamientos (+5,2% en términos reportados) se explica por el mayor coste de contenidos y la compra de equipos de tecnología de la información (TI). Los gastos de personal caen un 4,7% interanual en términos orgánicos impulsados por los ahorros generados por el “Plan Voluntario de Suspensión de Empleo” (118 millones de euros).

El **margen OIBDA** se sitúa en el 37,5% en términos reportados, con descenso interanual de 1,6 puntos porcentuales en términos reportados.

TELEFÓNICA REINO UNIDO

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Reino Unido de los últimos dos años a 31 de diciembre:

ACCESOS

Miles de accesos	2017	2018	%Var.
Accesos de telefonía fija (1)	283,9	306,9	8,1%
Accesos de datos e internet (2)	25,3	28,1	11,2%
Banda ancha	25,3	28,1	11,2%
Accesos móviles	25.003,9	25.044,1	0,2%
Prepago	9.203,7	8.742,6	(5,0%)
Contrato (3)	15.800,2	16.301,4	3,2%
M2M	3.358,9	3.578,0	6,5%
Accesos Clientes Finales	25.313,1	25.379,1	0,3%
Accesos Mayoristas	7.162,0	7.599,2	6,1%
Accesos mayoristas móviles (4)	7.162,0	7.599,2	6,1%
Total Accesos	32.475,1	32.978,3	1,5%

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

(3) Incluye la desconexión de 228 mil accesos inactivos de contrato en el primer trimestre de 2017.

(4) Se incluyen los accesos mayoristas móviles desde el primer trimestre de 2018. A efectos comparativos, se facilita esta información desde enero 2017.

Durante 2018 Telefónica Reino Unido se mantuvo como el principal operador de telecomunicaciones de Reino Unido, a pesar del entorno competitivo, apoyado en el reconocimiento de la marca O2, fidelidad de los clientes y nuevas e innovadoras propuestas comerciales como los “Custom Plans”, que proporciona a los clientes una mayor flexibilidad en la elección, permitiéndoles personalizar sus contratos con diferentes opciones de pago (con un único pago inicial o aplazado hasta 36 meses) y la customización del plan de datos. Estas propuestas han permitido a la compañía seguir en la senda del crecimiento en clientes en un entorno competitivo.

La base de **accesos totales** creció un 1,5% a nivel interanual y se situó en los 33,0 millones de clientes a finales de diciembre de 2018.

La **ganancia neta móvil** ascendió a 40 mil accesos en 2018 apalancado en los **accesos móviles de contrato**, que crecieron un 3,2% a nivel interanual y alcanzaron los 16,3 millones de clientes incrementando su peso hasta el 65,1% sobre la base total móvil. Los **accesos móviles prepago** decrecieron un 5,0% interanual hasta los 8,7 millones a 31 de diciembre de 2018 debido a las bajas de los clientes inactivos y a las dinámicas del mercado,



incluyendo la migración de prepago a contrato. La penetración de smartphones sobre la base móvil total alcanzó el 79,0%, con un crecimiento de 2,4 puntos porcentuales a nivel anual. En cuanto a los clientes de LTE, estos alcanzan los 13,5 millones a finales de 2018 con un crecimiento del 4,7% interanual alcanzando un 62,9% de penetración sobre la base móvil.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Reino Unido en los últimos dos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA REINO UNIDO	2017	2018	%Var. Reportada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	6.540	6.790	3,8%	5,4%
Ingresos de servicio móvil	5.050	4.837	(4,2%)	2,8%
Otros ingresos	135	158	16,7%	17,9%
Aprovisionamientos	(3.125)	(2.359)	(24,5%)	3,5%
Gastos de personal	(442)	(445)	0,6%	1,7%
Otros gastos	(1.469)	(2.279)	55,2%	4,8%
OIBDA	1.639	1.865	13,8%	11,8%
Margen OIBDA	25,1%	27,5%	2,4 p.p.	1,5 p.p.
Amortizaciones	(1.047)	(943)	(9,9%)	(9,0%)
Resultado Operativo (OI)	592	922	55,7%	48,4%
CapEx	827	1.464	77,2%	7,1%
OpCF (OIBDA-CapEx)	812	400	(50,7%)	16,5%

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Reino Unido se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2018/2017:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2017 para los dos años.
- **Gastos de reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2018 y 2017 por importe de 48 miles de euros y 314 miles de euros, respectivamente.
- **Impacto NIIF 15:** la variación orgánica excluye el efecto de la NIIF 15 en los resultados de 2018.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de adquisiciones de espectro en 2018, que ascendió a 588 millones de euros. Durante 2017 no hubo adquisiciones.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2018/2017 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y otras variables, y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.



TELEFÓNICA REINO UNIDO 2018	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)			
	% Var. R eportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio	Gastos de reestructuración	NIIF 15	Adquisición de espectro
Ventas y prestaciones de servicios	3,8%	5,4%	(1,0)	—	(0,6)	—
Otros ingresos	16,7%	17,9%	(1,2)	—	—	—
Aprovisionamientos	(24,5%)	3,5%	(1,0)	—	(27,0)	—
Gastos de personal	0,6%	1,7%	(1,0)	(0,1)	—	—
Otros gastos	55,2%	4,8%	(1,0)	—	51,5	—
OIBDA	13,8%	11,8%	(1,1)	(0,0)	3,1	—
CapEx	77,2%	7,1%	(1,1)	—	—	71,1
OpCF (OIBDA-CapEx)	(50,7%)	16,5%	(1,1)	0,0	6,3	(72,4)

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 6.790 millones de euros en 2018 y aumentaron en términos reportados un 3,8% a pesar de la depreciación de la libra esterlina (que representó una reducción de 1,0 punto porcentual de la evolución) y al efecto NIIF 15 (que representó una reducción de 0,6 puntos porcentuales de la evolución). En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 5,4% gracias al crecimiento de los ingresos de terminales (debido a la venta de smartphones cada vez más caros), mayores ingresos del servicio móvil, así como los ingresos asociados a programas de M2M.

- Los **ingresos del servicio móvil** ascendieron a 4.837 millones de euros en 2018, decreciendo un 4,2% en términos reportados debido principalmente al efecto NIIF 15 (que representó una reducción de 6,1 puntos porcentuales de la evolución) y a la depreciación de la libra (que representó una reducción de 1,0 punto porcentual de la evolución). Excluyendo este impacto, los ingresos del negocio móvil crecerían un 2,8% gracias al crecimiento de las tarifas planas indexadas al nivel de la inflación (RPI-Retail Price Index).

El **ARPU** móvil decreció un 5,4% anual en términos reportados debido principalmente al efecto NIIF 15 y a la devaluación de la libra esterlina. En términos orgánicos, el ARPU crecería un 2,0% como consecuencia del impacto positivo de las estrategias comerciales aplicadas, como el lanzamiento de tarifas como los “custom plans” y al efecto de la subida del IPC en las tarifas.

TELEFÓNICA REINO UNIDO	2017	2018	%Var.	%Var. ML
Tráfico de voz (millones de minutos)	94.723	93.772	(1,0%)	(1,0%)
ARPU (EUR)	15,9	15,1	(5,4%)	2,0%
Prepago	6,9	7,1	2,7%	3,8%
Contrato (1)	26,8	24,6	(8,3%)	0,3%
ARPU de datos (EUR)	9,7	9,2	(4,8%)	2,3%
% Ingresos no-SMS s/ing datos	65,5%	66,6%	1,1 p.p.	1,2 p.p.

(1) Excluye M2M.

El **OIBDA** alcanzó los 1.865 millones de euros en el 2018, creciendo un 13,8% en términos reportados a pesar de la depreciación de la libra esterlina (que representó una reducción de 1,1 puntos porcentuales de la evolución). El efecto de la adopción del NIIF 15 aportó 3,1 puntos porcentuales a la evolución. En términos orgánicos, el OIBDA crecería un 11,8% interanual principalmente debido a los mayores ingresos del servicio móvil y a los ahorros en la base de costes.

El **margen OIBDA** se situó en el 27,5% en el 2018, aumentando 2,4 puntos porcentuales en términos reportados en comparación con el 2017.



TELEFÓNICA ALEMANIA

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Alemania de los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2017	2018	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija (1)	1.979,6	1.996,0	0,8%
Accesos de datos e internet (2)	2.281,5	2.274,7	(0,3%)
Banda ancha	2.072,2	2.079,8	0,4%
VDSL	1.151,6	1.441,3	25,2%
Accesos móviles	43.154,7	42.818,8	(0,8%)
Prepago	21.880,9	20.542,9	(6,1%)
Contrato	21.273,8	22.275,9	4,7%
M2M	1.027,0	1.187,9	15,7%
Accesos Clientes Finales	47.415,8	47.089,5	(0,7%)
Accesos Mayoristas	188,1	0,0	(100,0%)
Total Accesos	47.603,9	47.089,5	(1,1%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante 2018 Telefónica Alemania continuó mostrando un fuerte pulso comercial y alcanzó los objetivos fijados para este año. En un mercado dinámico, la compañía se mantuvo enfocada en el crecimiento rentable estimulando el uso de datos, apalancándose en el exitoso nuevo portafolio O2 Free y la exclusiva opción O2 Connect que permite compartir volúmenes de datos de alta velocidad con hasta 10 dispositivos. Durante 2018, Telefónica Alemania finalizó en gran medida la integración de su red, con mejoras significativas de calidad, y consiguiendo el primer hito de su estrategia "Mobile Customer and Digital Champion".

La base de **accesos totales** decreció un 1,1% a nivel interanual y se situó en los 47,1 millones a finales de diciembre, impactada principalmente por el descenso en los clientes móviles prepago.

Los accesos móviles de **contrato** crecieron un 4,7% a nivel interanual y alcanzaron los 22,3 millones de clientes, con un peso del 52,0% sobre la base móvil. La ganancia neta alcanza 1,0 millón de accesos gracias al portafolio de tarifas O2 Free y a la continuada contribución de "partners", segundas marcas asociadas, que representaron el 60% de las altas en 2018. La penetración de smartphones sobre la base móvil total alcanzó el 66,0%, con un crecimiento de 5,1 puntos porcentuales a nivel interanual, impulsada por el crecimiento de los clientes LTE (con un crecimiento del 17,0% a nivel interanual con una base de clientes de 18,4 millones a finales de 2018). La penetración de LTE sobre la base móvil total alcanzó el 44,3%.

Los accesos móviles de **prepago** decrecieron un 6,1% interanual hasta llegar a los 20,5 millones debido a la baja demanda tras la implementación de ciertos cambios regulatorios introducidos en 2017 (principalmente la necesidad de identificación de las tarjetas SIM prepago). El segmento prepago registró una pérdida neta de 1,3 millones de accesos en el año.

Los accesos **minoristas de banda ancha** registran una ganancia neta de 7,6 mil accesos en 2018, experimentando una alta demanda de **VDSL** con una ganancia neta de 289,7 mil accesos en 2018 (los accesos incrementaron un 25,2% a nivel interanual), mientras que la migración de clientes mayoristas (prerrequisito para el desmantelamiento previsto de la infraestructura antigua) se completó a finales de septiembre de 2018. Este desmantelamiento empezó en 2013 cuando la operadora decidió dejar de invertir en su propia infraestructura de ADSL y llegó a un acuerdo con Deutsche Telekom AG (Kontingentmodell).

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Alemania en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELFÓNICA ALEMANIA	2017	2018	%Var. Reportada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	7.296	7.320	0,3%	(0,1%)
Negocio Móvil	6.415	6.539	1,9%	1,5%
Ingresos de servicio móvil	5.287	5.267	(0,4%)	(0,8%)
Negocio Fijo	862	767	(11,0%)	(12,4%)
Otros ingresos	159	177	11,0%	11,0%
Aprovisionamientos	(2.396)	(2.459)	2,7%	2,7%
Gastos de personal	(642)	(610)	(5,0%)	(1,1%)
Otros gastos	(2.596)	(2.594)	(0,1%)	(1,0%)
OIBDA	1.821	1.834	0,7%	(1,0%)
Margen OIBDA	25,0%	25,1%	0,1 p.p.	(0,2 p.p.)
Amortizaciones	(1.954)	(2.071)	6,0%	6,0%
Resultado Operativo (OI)	(133)	(237)	79,0%	n.s.
CapEx	951	966	1,6%	1,7%
OpCF (OIBDA-CapEx)	870	868	(0,3%)	(3,7%)

n.s.: no significativo

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Alemania se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2018/2017:

- **Gastos de reestructuración:** se excluyen los gastos de reestructuración asociados con procesos de simplificación en Telefónica Alemania. En 2018, los costes de reestructuración ascendieron a 84 millones de euros en OIBDA (82 millones de euros en 2017).
- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** la variación orgánica de CapEx excluye la adquisición de espectro radioeléctrico, que en 2017 ascendió a 1 millón de euros. Durante 2018 no ha habido adquisiciones.
- **Impacto NIIF 15:** la variación orgánica excluye el efecto de la NIIF 15 en los resultados de 2018.



La siguiente tabla muestra las variaciones 2018/2017 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.

TELEFÓNICA ALEMANIA 2018	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)		
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	NIIF 15
Ventas y prestaciones de servicios	0,3%	(0,1%)	—	—	0,4
Otros ingresos	11,0%	11,0%	—	—	—
Aprovisionamientos	2,7%	2,7%	—	—	—
Gastos de personal	(5,0%)	(1,1%)	(4,0)	—	—
Otros gastos	(0,1%)	(1,0%)	1,1	—	(0,2)
OIBDA	0,7%	(1,0%)	(0,1)	—	1,9
CapEx	1,6%	1,7%	—	(0,1)	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	(0,3%)	(3,7%)	(0,3)	0,1	4,0

Análisis de los resultados

Los **ingresos totales** ascendieron a 7.320 millones de euros en 2018, creciendo de forma interanual un 0,3% en términos reportados principalmente como resultado de la adopción del NIIF 15. En términos orgánicos, la evolución interanual decrecería un 0,1% debido principalmente a los menores ingresos del servicio.

Los **ingresos del servicio móvil** se situaron en 5.267 millones de euros en 2018, decreciendo un 0,4% interanual en términos reportados, a pesar del impacto positivo de NIIF 15 (que representó +0,4 puntos porcentuales de la evolución interanual). Excluyendo este impacto, decrecerían un 0,8%, reflejando el impacto de la regulación europea de roaming (RLaH) que entró en vigor en junio de 2017, la continua rotación de la base de clientes antigua, así como el mayor peso de ingresos de “partners” (segundas marcas asociadas, con menor ARPU) en detrimento de nuestras propias marcas. Los ingresos de datos decrecieron un 2,1% en términos reportados y representan el 55,5% de los ingresos del servicio móvil en 2018. Los ingresos de datos Non-P2P SMS ascienden a 2.482 millones de euros (+3,5% interanual) y representan el 84,9% de los ingresos de datos móvil (+4,6 puntos porcentuales interanual).

Los **ingresos fijos** alcanzaron los 767 millones de euros en 2018, disminuyendo un 11,0% a nivel interanual en términos reportados, a pesar del impacto positivo de NIIF 15 (que representó +1,4 puntos porcentuales de la evolución interanual). Excluyendo este impacto, los ingresos fijos decrecerían un 12,4% debido a la finalización de la migración de la base de clientes mayoristas (relacionado con el desmantelamiento de la infraestructura del ADSL), aunque el negocio minorista tuvo un buen comportamiento en el periodo.

El **ARPU móvil** se situó en los 10,0 euros en 2018 (+3,1% a nivel interanual) mientras que el ARPU de contrato totaliza 14,9 euros (-4,0% interanual) como resultado del mayor peso de las segundas marcas asociadas, con menor ARPU. El ARPU de datos fue 5,7 euros (+2,0% interanual).

TELEFÓNICA ALEMANIA	2017	2018	%Var.
Tráfico de voz (millones de minutos)	98.084	96.905	(1,2%)
ARPU (EUR)	9,7	10,0	3,1%
Prepago	5,2	5,8	11,1%
Contrato (1)	15,5	14,9	(4,0%)
ARPU de datos (EUR)	5,6	5,7	2,0%
% Ingresos no-SMS s/ing datos	80,3%	84,9%	4,6 p.p.

(1) Excluye M2M.

El **OIBDA** alcanzó los 1.834 millones de euros en el 2018 con un crecimiento interanual en términos reportados del 0,7% afectado positivamente por el efecto NIIF 15 (que representó +1,9 puntos porcentuales de la evolución interanual). En términos orgánicos, el OIBDA decrecería un 1,0% interanual, por menores sinergias de integración (como consecuencia de la integración de las actividades después de la compra de E-Plus en 2014) con respecto a 2017 y al impacto negativo de los cambios en regulación (principalmente la regulación europea sobre el roaming).

El **margen OIBDA** se sitúa en el 25,1% en términos reportados en el 2018, incrementando 0,1 puntos porcentuales en comparación con el 2017.

TELEFÓNICA BRASIL

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos en Telefónica Brasil los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS

Miles de accesos	2017	2018	R. %Var. reportada
Accesos de telefonía fija (1)	13.837,3	13.004,6	(6,0%)
Accesos de datos e internet (2)	7.534,5	7.564,7	0,4%
Banda ancha	7.466,1	7.485,2	0,3%
Accesos móviles	74.931,3	73.151,3	(2,4%)
Prepago	38.168,1	32.754,4	(14,2%)
Contrato	36.763,2	40.396,9	9,9%
M2M	6.312,5	8.203,3	30,0%
TV de Pago	1.587,7	1.566,6	(1,3%)
Accesos Clientes Finales	97.890,8	95.287,2	(2,7%)
Accesos Mayoristas	14,3	14,8	4,2%
Total Accesos	97.905,1	95.302,0	(2,7%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

En 2018, Telefónica Brasil ha mantenido el liderazgo en los segmentos de mayor valor móvil, lo que ha permitido a la operadora capturar crecimiento consistente de los ingresos en ese mercado. En el negocio fijo, continúa poniendo el foco hacia la fibra, lo que permite capturar clientes de valor en el negocio de TV de pago. Esto permite a Telefónica Brasil compensar parcialmente la caída del negocio fijo tradicional.

Los ingresos bajan como consecuencia del impacto del tipo de cambio. Excluyendo este impacto, los ingresos se ven positivamente impactados por la expansión de la oferta de valor, principalmente por la aceleración en la adopción de los datos móviles y el buen comportamiento de la fibra y de los clientes de IPTV. Adicionalmente, la evolución del OIBDA de Telefónica Brasil se apoya positivamente en las continuas medidas de control de costes y de digitalización llevada a cabo por Telefónica Brasil, que permiten compensar los impactos negativos asociados a la incertidumbre de la situación política a lo largo del año que ha resultado en una situación macroeconómica complicada, y en un empeoramiento del negocio fijo tradicional.

Telefónica Brasil alcanzó los 95,3 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2018, disminuyendo un 2,7% respecto a diciembre de 2017, como resultado principalmente de la caída de la base de prepago (afectado por la incertidumbre política a lo largo del año y el deterioro macroeconómico) y de voz fija (que continúa negativamente afectada por la migración a móvil incentivada por ofertas de voz ilimitada en todo el mercado). Sin embargo, mejora el mix de alto valor, sostenido en un mayor peso de los clientes de pospago, UBB e IPTV.

En el **negocio móvil**, la estrategia sigue enfocada en ganar y mantener clientes de alto valor alcanzando una cuota de mercado de contrato del 40,5% a 31 de diciembre de 2018 (fuente: ANATEL). Telefónica Brasil mantiene el liderazgo en los accesos totales con una cuota de mercado de accesos del 31,9% a 31 de diciembre de 2018



(fuente: ANATEL). El crecimiento de los clientes de contrato (+9,9% interanual) compensa sustancialmente la caída de los accesos prepago (-14,2% interanual). Las ofertas se encaminan a fomentar los planes de datos, poder acumularlos, compartirlos y duplicarlos ya que están orientados para el uso de redes sociales o aplicaciones de vídeo y música, a ofrecer más SVA's frente a la voz, con oferta ilimitada de minutos off-net, así como a ofrecer planes con roaming internacional. La oferta a los clientes de valor se enfoca en los Planes Familia que se completan con capacidad de acceso a servicios OTT (por ejemplo, Netflix o VIVO Música).

En el **negocio fijo**, la compañía mantiene su foco estratégico en el despliegue de fibra, alcanzando 19,8 millones de unidades inmobiliarias pasadas con acceso FTTx a 31 de diciembre de 2018 y 5 millones de hogares conectados, creciendo un 9,9%. Este crecimiento ayuda a compensar parcialmente la caída de los otros accesos de ADSL, lo que sitúa los accesos minoristas de banda ancha en 7,5 millones de accesos, creciendo un 0,3% interanual. Los accesos tradicionales decrecen un 6,0% debido a la migración fijo-móvil. Los clientes de TV de pago alcanzaron 1,6 millones, disminuyendo un 1,3% interanualmente debido a una actividad comercial más selectiva y basada en captación de los accesos de IPTV que han crecido un 52,1%, representando ya un 37% del total de accesos de TV de Pago.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Brasil del año 2018 en comparación con el año 2017:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA BRASIL	2017	2018	%Var. Reportada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	12.019	10.126	(15,8%)	0,3%
Negocio Móvil	7.360	6.372	(13,4%)	3,3%
Ingresos de servicio móvil	7.062	5.924	(16,1%)	1,1%
Negocio Fijo	4.659	3.754	(19,4%)	(4,5%)
Otros ingresos	358	312	(13,0%)	3,9%
Aprovisionamientos	(2.268)	(2.039)	(10,1%)	7,0%
Gastos de personal	(1.196)	(1.080)	(9,7%)	1,8%
Otros gastos	(4.722)	(3.008)	(36,3%)	(8,0%)
OIBDA	4.191	4.311	2,9%	5,6%
Margen OIBDA	34,9%	42,6%	7,7 p.p.	1,9 p.p.
Amortizaciones	(2.228)	(1.990)	(10,6%)	6,7%
Resultado Operativo (OI)	1.963	2.321	18,2%	4,4%
CapEx	2.225	1.910	(14,1%)	2,4%
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.966	2.401	22,1%	9,1%

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como "orgánicas" o presentadas en "términos orgánicos" intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Brasil se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2018/2017:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2017 para los dos años.
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** Terra Networks Brasil se incorporó en el perímetro de consolidación de Telefónica Brasil en julio de 2017. Para excluir el impacto del citado cambio de



perímetro en el cálculo de la variación orgánica, la base comparativa de 2017 incluye los resultados de los seis primeros meses de la citada compañía, con un impacto de 14 millones de euros en OIBDA.

- **Gastos de reestructuración:** se excluyen los gastos de reestructuración asociados con procesos de simplificación en Telefónica Brasil. En 2018 los costes de reestructuración ascendieron a 46 millones de euros. En el 2017 no ha habido costes asociados.
- **Contingencias:** se excluye el impacto de la provisión de determinadas contingencias en 2018 y 2017 en Telefónica Brasil por importe de 215 y 50 millones de euros, respectivamente.
- **Resultados de venta de torres:** se excluye el resultado obtenido por la venta de torres en 2018 y 2017 (89 miles euros en 2018 y 107 miles euros en 2017).
- **Decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS:** la variación orgánica excluye el impacto positivo en 2018 (789 millones de euros en el OIBDA de Telefónica Brasil) correspondiente a la decisión del Tribunal Supremo de Brasil sobre la exclusión del ICMS (impuesto indirecto) en el cálculo de la base del impuesto PIS/COFINS.
- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico (2 millones de euros en 2018). Durante 2017 no hubo adquisiciones.
- **Impacto NIIF 15:** la variación orgánica excluye el efecto de la NIIF 15 en los resultados de 2018.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2018/2017 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA BRASIL 2018	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)							
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de variación	Cambio de Perímetro	Gastos de reestructura- ción	Contin- gencias	Venta de torres	Decisión judicial PIS/ COFINS	Adquisición de espectro	NIIF 15
Ventas y prestaciones de servicios	(15,8%)	0,3%	(16,3)	0,3	—	—	—	—	—	0,0
Otros ingresos	(13,0%)	3,9%	16,9	0,0	—	—	0,0	—	—	—
Aprovisionamientos	(10,1%)	7,0%	(17,4)	0,3	—	—	—	—	—	—
Gastos de personal	(9,7%)	1,8%	(17,6)	0,7	4,6	0,9	—	—	—	(0,2)
Otros gastos	(36,3%)	(8,0%)	(12,4)	0,1	—	4,2	—	(19,9)	—	(0,3)
OIBDA	2,9%	5,6%	(19,9)	0,3	(1,3)	(4,9)	(0,0)	22,5	—	0,5
CapEx	(14,1%)	2,4%	(16,7)	—	—	—	—	—	0,1	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	22,1%	9,1%	(23,5)	0,7	(2,8)	(10,5)	(0,0)	47,9	(0,1)	1,0

Análisis de los resultados

Los **ingresos** de enero a diciembre de 2018 ascendieron a 10.126 millones de euros y decrecen 15,8% en términos reportados afectados principalmente por la depreciación del real brasileño (que representó -16,3 puntos porcentuales de la evolución). La consolidación de Terra en todo el año (comparado con los seis meses de 2017, desde julio de 2017) en los resultados de Telefónica Brasil aporta 0,3 puntos porcentuales a la variación interanual. En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 0,3%, debido principalmente a la buena evolución del negocio móvil (+3,3% interanual), a pesar del impacto regulatorio negativo por la bajada de la tarifa de interconexión implementada por ley desde el 25 de febrero de 2018, en el negocio móvil (-45,0%), minorista fijo-móvil (-13,1%), fija local (-31,7%) y fija interurbana (-50,6%). Los ingresos del negocio fijo también se vieron afectados por el impacto regulatorio y decrecieron un 4,5% en términos orgánicos.

- Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron a 6.372 millones de euros en el ejercicio 2018, con caída del 13,4% en términos reportados debido principalmente a la depreciación del real brasileño (que representó -16,7 puntos porcentuales de la evolución). Excluyendo este impacto, los ingresos del



negocio móvil se incrementarían un 3,3%, impulsados por la evolución positiva de los ingresos del servicio (+1,1% interanual en términos orgánicos), principalmente como resultado del mayor peso de los clientes de contrato y el mayor uso de datos y otros servicios sobre la conectividad, que compensan tanto la bajada de tarifas de interconexión como la caída de los ingresos de prepago resultado de la bajada de accesos debido al deterioro del contexto macroeconómico. Los ingresos por venta de terminales crecen un 50,3% en términos reportados debido al impulso de esta línea de negocio y la mayor demanda de accesorios asociada a los clientes de mayor valor, con foco en smartphones.

- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 3.754 millones de euros decreciendo un 19,4% en términos reportados debido principalmente al impacto de la depreciación del real brasileño (que supuso una reducción de 15,6 puntos porcentuales de la evolución). La consolidación de Terra en todo el año (comparado con los seis meses de 2017, desde julio de 2017) en los resultados de Telefónica Brasil aporta 0,8 puntos porcentuales a la variación interanual. Excluyendo estos impactos, los ingresos del negocio fijo disminuirían un 4,5%, como resultado del menor tráfico de voz debido a la migración fijo-móvil y del impacto regulatorio de la bajada de las tarifas de voz minorista fijo-móvil y fijo-fijo implementada por ley desde el 25 de febrero de 2018 en los ingresos de voz y acceso. Esta caída más que compensa el crecimiento de los ingresos de banda ancha y nuevos servicios, que presentan un aumento del 5,8% interanual en términos orgánicos apoyado en el crecimiento de los ingresos de fibra.

El **ARPU** móvil presenta una caída interanual del 16,7% en términos reportados debido principalmente a la depreciación del real brasileño. En términos orgánicos, el ARPU móvil crecería un 0,4% interanual apoyado en el crecimiento del ARPU de datos que permite compensar el impacto negativo de la reducción de las tarifas de interconexión.

TELEFÓNICA BRASIL	2017	2018	%Var.	%Var. Moneda Local
Tráfico de voz (millones de minutos)	333.752	300.087	(10,1%)	(10,1%)
ARPU móvil (EUR)	7,7	6,4	(16,7%)	0,4%
Prepago	3,7	2,8	(24,1%)	(9,4%)
Contrato (1)	14,4	11,9	(17,3%)	(0,1%)
ARPU de datos (EUR)	5,4	4,9	(10,4%)	8,4%
% Ingresos no-SMS s/ing datos	92,2%	94,2%	2,0 p.p.	2,0 p.p.

(1) Excluye M2M.

El **OIBDA** se situó en 4.311 millones de euros en el año 2018, aumentando un 2,9% en términos reportados. El OIBDA se vio significativamente afectado por el registro de la decisión del Tribunal Supremo de Brasil sobre la exclusión del ICMS (impuesto indirecto) en el cálculo de la base del impuesto PIS/COFINS (con impacto de 789 millones de euros en el OIBDA y 22,5 puntos porcentuales de la variación interanual), que más que compensa el impacto de la depreciación del real brasileño (-19,9 puntos porcentuales), determinadas contingencias laborales y tributarias (-4,9 puntos porcentuales) y el plan de reestructuración de personal (-1,3 puntos porcentuales). Adicionalmente, el resultado se vio positivamente afectado por el impacto de cambio de perímetro por la consolidación de Terra Networks Brasil (+0,3 puntos porcentuales).

En términos orgánicos, el OIBDA crecería un 5,6% interanualmente debido a la mejora en los ingresos de contrato, fibra e IPTV y la adopción de medidas de control de costes, ahorros por la digitalización asociados a la automatización de procesos llevada a cabo por la compañía y ahorro de costes en el call center. Los gastos de personal alcanzaron 1.080 millones de euros en el año 2018, decreciendo un 9,7% en términos reportados, como resultado principalmente del impacto de la depreciación del real brasileño. En términos orgánicos, los gastos de personal crecerían un 1,8% interanual, por debajo de la inflación, debido al acuerdo colectivo firmado en 2017. Los gastos de aprovisionamientos alcanzaron 2.039 millones de euros en el año 2018, decreciendo un 10,1% en términos reportados, principalmente por el impacto de la depreciación del real brasileño. En términos orgánicos, los aprovisionamientos se incrementarían un 7,0% debido a las mayores compras de equipamientos y terminales que más que compensan el impacto positivo de la reducción de las tarifas de interconexión y el menor gasto de recargas y de contenidos. Otros gastos ascendieron a los 3.008 millones de euros en 2018, decreciendo un 36,3% en términos reportados (-8,0% en términos orgánicos).

El **margen OIBDA** alcanzó el 42,6% en términos reportados, incrementándose 7,7 puntos porcentuales respecto al año 2017.

TELEFÓNICA HISPAM NORTE

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Hispam Norte de los últimos dos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2017 (*)	2018	%Var.
Accesos de telefonía fija (1)	3.554,7	3.169,8	(10,8%)
Accesos de datos e internet (2)	1.229,2	1.337,1	8,8%
Banda ancha	1.199,9	1.305,6	8,8%
FTTx/Cable	126,8	303,7	139,5%
Accesos móviles	66.788,6	68.041,1	1,9%
Prepago	57.190,7	58.010,4	1,4%
Contrato	9.597,9	10.030,7	4,5%
M2M	1.686,7	1.922,8	14,0%
TV de Pago	982,1	1.007,6	2,6%
Accesos Clientes Finales	72.554,6	73.555,6	1,4%
Total Accesos	72.565,4	73.556,1	1,4%

(*) Datos reexpresados.

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

La tabla incluye los accesos de Telefónica Guatemala (3,2 millones y 2,8 millones de accesos totales a diciembre 2017 y 2018 respectivamente) y de El Salvador (2,0 millones y 2,1 millones de accesos totales a diciembre 2017 y 2018 respectivamente). El 24 de enero 2019, Telefónica alcanzó un acuerdo para la venta de Telefónica Móviles Guatemala, S.A. y de Telefónica Móviles El Salvador, S.A. de C.V. El cierre de la venta de Telefónica El Salvador está sujeto a las pertinentes condiciones regulatorias mientras que el cierre de la venta de Telefónica Móviles Guatemala tuvo lugar en dicha fecha.

Los **accesos totales** de Telefónica Hispam Norte alcanzaron 73,6 millones al 31 de diciembre de 2018 (+1,4% interanual).

Los **accesos móviles** totalizan 68,0 millones de clientes y crecen un 1,9% interanual.

- El parque de **contrato** creció un 4,5% interanual gracias a los buenos resultados en casi todos los países de la región como resultado en parte del enfoque de todo el Grupo en atraer clientes de alto valor. Los accesos de contrato crecieron en México (+8,0%), Centroamérica (+15,1%), Colombia (+2,7%) y Venezuela (+0,3%). Solo Ecuador experimentó un decrecimiento interanual en accesos de contrato (-1,6%).
- El parque de **prepago** creció un 1,4% interanual, registrándose ganancias netas positivas de 820 mil accesos en 2018, principalmente gracias a la evolución en Colombia (+1,0 millón de accesos) y en México (+1,1 millones de accesos), evolución que contrarresta Centroamérica (-791 mil accesos) y Venezuela (-637 mil accesos).
- La base de **smartphones** creció un 7,6% interanual, alcanzando los 32,0 millones de accesos (+2,3 millones comparado con diciembre de 2017) y una penetración sobre accesos móviles del 47,6% (+2,4 puntos porcentuales interanual), debido principalmente a Colombia (+15,2% interanual), Centroamérica (+22,5% interanual) y Venezuela (+5,7% interanual), que compensan la evolución de México (-1,9% interanual). Al mismo tiempo, los accesos con terminales 4G aumentan un 43,2%, alcanzando 19,5 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018.



Los accesos del **negocio fijo tradicional** se sitúan en 3,2 millones a cierre de 2018 (-10,8% interanual) con una ganancia neta negativa de 385 mil accesos, asociada a la erosión del negocio fijo tradicional.

Los accesos de **banda ancha** alcanzan los 1,3 millones a cierre de 2018 (+8,8% interanual), debido principalmente al lanzamiento de Movistar al hogar en México y Ecuador y al leve incremento de accesos de banda ancha de Colombia (+0,9%). La penetración de accesos de banda ancha fija sobre accesos del negocio tradicional se sitúa en el 41,2% (+7,4 puntos porcentuales interanuales), como resultado de poner el foco en el despliegue de UBB especialmente en Colombia alcanzando los 1,1 millones de unidades inmobiliarias y 304 mil accesos conectados, de los que 177 mil fueron conectados este año. La penetración de los accesos UBB sobre accesos de banda ancha fija se sitúa en el 23,3% (+12,7 puntos porcentuales interanual).

Los accesos de **TV de pago** se sitúan en 1,0 millón a 31 de diciembre de 2018, incrementándose en un 2,6% interanual, como resultado de la ganancia neta positiva de Colombia (+18 mil accesos) y Centroamérica (+24 mil accesos) que compensan la ganancia neta negativa de Venezuela (-16,5 mil accesos). "Movistar Play", un servicio de TV a través de internet, fue lanzado en Colombia, Centroamérica y Ecuador y cuenta con 455 mil accesos a 31 de diciembre de 2018.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Hispam Norte en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA HISPAM NORTE	2017 (*)	2018	%Var. Reportada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	4.331	4.075	(5,9%)	(1,2%)
Negocio Móvil	3.595	3.343	(7,0%)	(1,5%)
Ingresos de servicio móvil	3.089	2.744	(11,2%)	(5,0%)
Negocio Fijo	736	732	(0,6%)	(0,2%)
Otros ingresos	114	229	100,4%	69,1%
Aprovisionamientos	(1.385)	(1.349)	(2,6%)	3,2%
Gastos de personal	(375)	(352)	(6,1%)	(2,1%)
Otros gastos	(1.422)	(1.810)	27,3%	7,1%
OIBDA	1.263	793	(37,2%)	(8,7%)
Margen OIBDA	29,2%	19,5%	(9,7 p.p.)	(2,3 p.p.)
Resultado Operativo (OI)	271	(174)	c.s.	(42,9%)
CapEx	1.264	668	(47,1%)	(26,8%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	—	125	n.s.	17,9%

c.s.: cambio de signo.

n.s.: no significativo.

(*) Datos reexpresados.

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como "orgánicas" o presentadas en "términos orgánicos" intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Hispam Norte se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2018/2017:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2017 para los dos periodos, excepto para Venezuela (resultados de 2017 y 2018 convertidos al tipo de cambio sintético al cierre de cada periodo).



- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en en 2018 y 2017 por importe de 18 y 24 millones de euros, respectivamente, de impacto en OIBDA.
- **Resultado de la venta de torres:** se excluye el resultado obtenido en la venta de torres en 2018 y 2017 por importe de 51 millones de euros y 7 millones de euros, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2018 y 2017, por importe de 135 millones de euros (principalmente en México) y 510 millones de euros (principalmente en Colombia), respectivamente.
- **Impacto NIIF 15:** la variación orgánica excluye el efecto de la NIIF 15 en los resultados de 2018.
- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro del fondo de comercio. En 2018, se excluye el deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica Móviles México, por importe de 350 millones de euros. En 2017 no se registraron deterioros de fondo de comercio.
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación en 2018 y 2017. En estos años los principales cambios del perímetro de consolidación han sido la entrada en el perímetro de consolidación de las compañías colombianas Telebucaramanga, Metrotel y Optecom en octubre de 2017. En 2018 no ha habido cambios significativos en el perímetro de consolidación.

Para excluir el impacto de los citados cambios de perímetro en el cálculo de la variación orgánica, la base comparativa de 2017 incluye los resultados de Telebucaramanga, Metrotel y Optecom para el año completo.

- **Otros ajustes:** se excluye el resultado positivo de la actualización de tarifas en Telefónica Venezuela en el último trimestre de 2017 (6 millones de euros en ingresos y 2 millones de euros en OIBDA reportados).

La siguiente tabla muestra las variaciones 2018/2017 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA HISPAM NORTE 2018	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)							
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio	Gastos de reestruc- turación	Venta de Torres	Adquisición de espectro	NIIF 15	Deterioro de fondo de comercio	Cambio de Perímetro	Otros ajustes
Ventas y prestaciones de servicios	(5,9%)	(1,2%)	(5,4)	—	—	—	(0,1)	—	0,8	(0,1)
Otros ingresos	100,4%	69,1%	(11,0)	—	42,2	—	—	—	2,6	—
Aprovisionamientos	(2,6%)	3,2%	(5,7)	—	—	—	0,3	—	(0,4)	—
Gastos de personal	(6,1%)	(2,1%)	(5,2)	(1,4)	—	—	—	—	2,4	—
Otros gastos	27,3%	7,1%	(5,9)	—	0,1	—	0,1	24,4	1,4	—
OIBDA	(37,2%)	(8,7%)	(5,0)	0,4	3,7	—	(0,7)	(27,7)	1,2	(0,1)
CapEx	(47,1%)	(26,8%)	(3,1)	—	—	(28,9)	—	—	1,3	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	n.s.	17,9%	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.

n.s.: no significativo

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 4.075 millones de euros en 2018, decreciendo un 5,9% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado principalmente por los tipos de cambio que restan 5,4 puntos



porcentuales, y el efecto del NIIF 15 que resta 0,1 puntos porcentuales a la variación interanual. En términos orgánicos, los ingresos decrecerían un 1,2% interanual, muy afectados por las bajadas de interconexión en México, que más que compensan el incremento de la venta de terminales móviles, la positiva evolución del contrato residencial, los ingresos de banda ancha fija y los ingresos de televisión.

Los **ingresos de servicio móvil** ascendieron a 2.744 millones de euros en 2018, decreciendo un 11,2% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado negativamente principalmente por los tipos de cambio que restan 5,2 puntos porcentuales a la variación interanual, y el efecto del NIIF 15 que resta 1,0 puntos porcentuales. Excluyendo estos impactos, estos ingresos decrecerían un 5,0% interanual. El comportamiento de los ingresos del servicio móvil por país fue el siguiente:

- En Colombia, los ingresos del servicio móvil ascienden a 759 millones de euros en 2018, decreciendo un 1,1% en términos reportados, afectados principalmente por el tipo de cambio (-4,8 puntos porcentuales) y el efecto NIIF 15 (-0,7 puntos porcentuales). Excluyendo estos impactos, estos ingresos crecerían un 4,4% gracias a la buena evolución de los ingresos prepago, servicios TI móviles, ingresos de interconexión móvil e ingresos de roaming nacional, que más que compensan la caída de los ingresos asociados a MVNOs.
- En México, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 889 millones de euros en 2018, decreciendo un 19,3% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado principalmente por el tipo de cambio, que resta 5,4 puntos porcentuales al crecimiento, y el efecto NIIF 15, que resta 1,1 puntos porcentuales. Excluyendo estos impactos, estos ingresos decrecerían un 12,8%, principalmente por la reducción de las tarifas de interconexión de 19,1 a 11,3 centavos para el minuto entrante, y por la bajada de los ingresos de prepago afectados por menor parque recargador.

Los **ingresos de datos** en el segmento ascendieron a 1.564 millones de euros en 2018, decreciendo un 6,8% interanual en términos reportados. Este decrecimiento está afectado por los tipos de cambio que restan 5,4 puntos porcentuales y el efecto del NIIF 15 que resta 0,3 puntos porcentuales al crecimiento interanual. Aislado estos efectos, estos ingresos decrecerían un 1,1%, donde los menores ingresos de datos en México compensan los mayores ingresos en el resto de los países de la región.

Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 732 millones de euros en 2018, decreciendo un 0,6% interanual en términos reportados. Excluyendo el efecto de los tipos de cambio, que resta 2,3 puntos porcentuales, y el efecto del NIIF 15, que resta 2,9 puntos porcentuales, estos ingresos decrecerían un 0,2% interanual, donde el descenso de los ingresos de acceso y voz de Colombia compensa el crecimiento de los ingresos de banda ancha fija y de televisión.

El **OIBDA** se situó en 793 millones de euros en 2018 decreciendo un 37,2% interanual en términos reportados, afectados principalmente por el resultado negativo procedente del deterioro del fondo de comercio de México, que resta 27,7 puntos porcentuales, por los tipos de cambio, que restan 5,0 puntos porcentuales, y por el efecto del NIIF 15, que resta 0,7 puntos porcentuales. En términos orgánicos, el OIBDA decrecería un 8,7%, debido a los menores ingresos y a los mayores gastos de terminales, red y sistemas. Este incremento de gastos se explica por:

- mayores gastos de aprovisionamientos debido a los mayores costes de terminales afectados por el incremento de actividad comercial de México y Ecuador mientras los gastos de interconexión se mantienen estables, y
- mayores gastos de red por la ampliación de las redes fijas especialmente en Colombia, y móviles fundamentalmente en Colombia y Centroamérica.

El aumento en costes mencionado arriba se compensa por los menores gastos de personal principalmente debido a Ecuador y Venezuela. Mayores gastos de personal en Colombia y Centroamérica.

A continuación, información adicional por país:

- Colombia: El OIBDA se situó en 556 millones de euros en 2018, creciendo un 15,4% interanual en términos reportados a pesar de la evolución del tipo de cambio (que resta 5,6 puntos porcentuales). El efecto del NIIF 15 aporta 0,3 puntos porcentuales al crecimiento interanual. Excluyendo estos impactos, la variación interanual ascendería a un 20,7%, gracias a la buena evolución del negocio unido a la plusvalía por la venta de inmuebles y venta de torres.
- México: El OIBDA se situó en 150 millones de euros en 2018, decreciendo un 50,4% en términos reportados, parcialmente afectado por el tipo de cambio (que resta 3,3 puntos porcentuales) y el efecto del NIIF 15 (que resta 1,3 puntos porcentuales). Excluyendo estos impactos, el OIBDA disminuiría un 45,7% como resultado de la reducción del margen de interconexión, la contabilización del canon de espectro en octubre de 2018 y la evolución de los ingresos de prepago.

El **margen OIBDA** se situó en el 19,5% en 2018, con un descenso interanual de 9,7 puntos porcentuales en términos reportados, afectados principalmente por la caída del margen en México.

TELEFÓNICA HISPAM SUR

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Hispam Sur de los últimos dos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2017 (*)	2018	%Var.
Accesos de telefonía fija (1)	7.938,5	7.435,2	(6,3%)
Accesos de datos e internet (2)	4.656,1	4.669,7	0,3%
Banda ancha	4.535,4	4.549,5	0,3%
FTTx/Cable	1.656,2	2.490,8	50,4%
Accesos móviles	43.775,1	42.575,1	(2,7%)
Prepago	27.631,8	25.571,6	(7,5%)
Contrato	16.143,3	17.003,5	5,3%
M2M	1.199,8	1.457,7	21,5%
TV de Pago	2.050,3	2.209,9	7,8%
Accesos Clientes Finales	58.419,9	56.889,9	(2,6%)
Total Accesos	58.445,9	56.913,1	(2,6%)

(*) Datos reexpresados.

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Los **accesos totales** de Telefónica Hispam Sur alcanzan 56,9 millones a 31 de diciembre de 2018 (-2,6% interanual).

Los **accesos móviles** totalizan 42,6 millones de clientes a 31 de diciembre de 2018, cayendo un 2,7% interanualmente, principalmente por una menor base de clientes prepago.

- Los accesos de **contrato** crecieron un 5,3% interanualmente, con incrementos en todos los países de la región como resultado del enfoque de todo el Grupo en atraer clientes de alto valor. Los accesos de contrato crecieron en Telefónica Chile (+12,5%), Telefónica Argentina (+2,9%), Telefónica Perú (+4,8%) y Telefónica Uruguay (+1,7%).
- Los accesos de **prepago** descendieron un 7,5% interanualmente, con ganancia neta negativa de 2,1 millones de accesos en 2018, principalmente motivado por Telefónica Chile (-892 mil accesos), Telefónica Argentina (-810 mil accesos) y con Telefónica Uruguay y Telefónica Perú también reduciendo su base de accesos, aunque en menor medida. Esta evolución es principalmente debido a la intensa competitividad del mercado y el foco continuado del Grupo en atraer clientes de alto valor.



- La base de **smartphones** cayó un 1,3% interanualmente a 31 de diciembre de 2018, alcanzando 21,4 millones de accesos (-280 mil comparado con diciembre de 2017) con una penetración móvil del 51,3% (+0,6 puntos porcentuales interanual). Esta caída se debe principalmente a la evolución de Perú (-4,5% interanual) y Argentina (-1,9% interanual), que más que compensan el incremento de Chile (+7,5% interanual) y Uruguay (+3,1% interanual). Adicionalmente, los terminales 4G crecieron un 27,5% hasta alcanzar los 16,0 millones en diciembre de 2018.

Los accesos del **negocio fijo tradicional** alcanzaron 7,4 millones en 2018 (-6,3% interanual) con ganancia neta negativa de 503 mil accesos, motivado por la erosión del negocio tradicional fijo.

Los accesos de **banda ancha** alcanzan 4,5 millones a 31 de diciembre (+0,3% interanual), principalmente por los buenos resultados de Telefónica Perú (+10,1% interanual) que más que compensa las caídas en Telefónica Argentina (-9,1% interanual) y Telefónica Chile (-1,1% interanual), debido a que ambos operadores están enfocados en clientes de fibra (alto valor), en detrimento del negocio de cobre. La penetración de banda ancha sobre los accesos fijos tradicionales alcanza el 61,2% (+4,0 puntos porcentuales interanual) como resultado del foco en el despliegue de UBB en la región, alcanzando 8,3 millones de unidades inmobiliarias y 2,5 millones de accesos conectados (+50,4% interanualmente). La penetración de accesos de UBB sobre accesos de banda ancha alcanza el 54,7% (+18,2 puntos porcentuales interanual).

Los accesos de **televisión** alcanzan 2,2 millones (+7,8% interanual) registrando una ganancia neta de 160 mil accesos principalmente debido a la positiva evolución de Telefónica Perú (+11,8% interanual). "Movistar Play", un servicio de TV a través de internet, fue lanzado en la región y cuenta con 490 mil accesos a 31 de diciembre de 2018.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Hispam Sur en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA HISPAM SUR	2017 (*)	2018	R	%Var. eportada Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	8.218			
Negocio Móvil	4.993	6.677		(18,8%)
Ingresos de servicio móvil	4.319	3.115		(27,9%)
Negocio Fijo	3.225	2.712		(15,9%)
Otros ingresos	160	148		(7,5%)
Aprovisionamientos	(2.288)	(2.051)		(10,4%)
Gastos de personal	(1.269)	(943)		(25,7%)
Otros gastos	(2.546)	(2.112)		(17,1%)
OIBDA	2.275	1.719		(24,4%)
Margen OIBDA	27,7%	25,7%		(1,9 p.p.)
Amortizaciones	(1.198)	(1.167)		(2,6%)
Resultado Operativo (OI)	1.077	552		(48,7%)
CapEx	1.414	1.116		(21,1%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	860	603		(29,9%)

(*) Datos reexpresados.

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como "orgánicas" o presentadas en "términos orgánicos" intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Hispam Sur se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2018/2017:



- **Efecto de la variación de los tipos de cambio e hiperinflación en Argentina:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2017 para los dos periodos. Asimismo, se excluye el impacto del ajuste por hiperinflación en Argentina en el ejercicio 2018.
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2018 y 2017 por importe de 50 y 79 millones de euros, respectivamente, de impacto en OIBDA.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2018 y 2017 por importe de 21 millones de euros (en Argentina) y 27 millones de euros (en Uruguay), respectivamente.
- **Impacto NIIF 15:** la variación orgánica excluye el efecto de la NIIF 15 en los resultados de 2018.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2018/2017 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA HISPAM SUR 2018	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)			
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio e hiperinflación	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	NIIF 15
Ventas y prestaciones de servicios	(18,8%)	9,6%	(28,0)	—	—	(0,4)
Otros ingresos	(7,5%)	21,7%	(25,4)	—	—	(3,8)
Aprovisionamientos	(10,4%)	9,2%	(19,5)	—	—	(0,0)
Gastos de personal	(25,7%)	12,6%	(36,0)	(1,5)	—	—
Otros gastos	(17,1%)	10,7%	(27,3)	—	—	(0,5)
OIBDA	(24,4%)	8,1%	(32,6)	0,9	—	(1,1)
CapEx	(21,1%)	8,0%	(29,8)	—	0,8	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	(29,9%)	8,3%	(37,2)	2,2	(1,3)	(2,9)

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 6.677 millones de euros en 2018 decreciendo un 18,8% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado principalmente por los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina que restan 28,0 puntos porcentuales, y el efecto NIIF 15 que resta 0,4 puntos porcentuales a la variación interanual. En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 9,6% interanual, debido al buen comportamiento de los ingresos móviles y fijos y al incremento de la venta de terminales, a pesar de las bajadas de tarifas de interconexión.

- Los **ingresos de servicio móvil** ascendieron a 3.115 millones de euros en 2018, decreciendo un 27,9% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado negativamente principalmente por el efecto de los tipos de cambio y la hiperinflación en Argentina que resta 29,2 puntos porcentuales y el efecto NIIF 15, que resta 4,5 puntos porcentuales a la variación interanual. Excluyendo estos efectos, estos ingresos crecerían un 5,9% interanual. El comportamiento de los ingresos del servicio móvil por país fue el siguiente:
 - En Argentina, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 1.270 millones de euros en 2018, decreciendo un 35,4% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado principalmente por el tipo de cambio y la hiperinflación que restan 49,8 puntos porcentuales y el efecto NIIF 15 que resta 9,1 puntos porcentuales a la variación interanual. Excluyendo estos efectos, los ingresos crecerían un 23,5% debido a la adecuación de tarifas en todos los negocios, un mayor parque de contrato y mayores ingresos por venta de terminales.



- En Chile, los ingresos del servicio ascendieron a 905 millones de euros en 2018 y decrecieron un 15,3% interanual en términos reportados, afectados principalmente por el efecto NIIF 15 que resta 6,7 puntos porcentuales al crecimiento interanual y al efecto tipo de cambio que resta 3,1 puntos porcentuales. Excluyendo estos efectos, estos ingresos decrecerían un 5,5%, como resultado del incremento de la agresividad del mercado.
- En Perú, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 748 millones de euros en 2018, y decrecieron un 30,2% interanual en términos reportados debido principalmente al efecto NIIF 15 que resta 11,2 puntos porcentuales al crecimiento interanual y al efecto del tipo de cambio que resta 4,5 puntos porcentuales. Excluyendo estos efectos, estos ingresos decrecerían un 14,6%, impactados por una menor base de accesos, así como la alta agresividad del mercado procedente de los nuevos competidores, que también tienen un efecto negativo en el ARPU.
- Los **ingresos de datos** en el segmento ascendieron a 1.800 millones de euros en 2018, decreciendo un 26,3% interanual en términos reportados afectados principalmente por el tipo de cambio y la hiperinflación en Argentina que resta 42,3 puntos porcentuales y el efecto NIIF 15 que resta 1,4 puntos porcentuales al crecimiento interanual. Aislado estos efectos, estos ingresos crecerían un 17,5% interanual apalancados fundamentalmente por el crecimiento de los ingresos de datos de Argentina, que más que compensan el descenso de Perú y Chile.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 2.712 millones de euros en 2018, decreciendo un 15,9% interanual en términos reportados. Excluyendo el efecto de los tipos de cambio y la hiperinflación en Argentina (-24,9 puntos porcentuales) y el efecto NIIF 15 (-0,3 puntos porcentuales), estos ingresos crecerían un 9,3% interanual, impulsados por el crecimiento de los ingresos de banda ancha fija e ingresos de acceso y voz de Argentina debido a la adecuación de las tarifas, mejora en las velocidades y mayor calidad de la base de clientes.

El **OIBDA** se situó en 1.719 millones de euros en 2018 decreciendo un 24,4% en términos reportados, afectado principalmente por los tipos de cambio y la hiperinflación en Argentina que restan 32,6 puntos porcentuales y el efecto NIIF 15 que resta 1,1 puntos porcentuales. En términos orgánicos, el OIBDA crecería un 8,1%, debido al crecimiento de los ingresos que más que compensa los mayores gastos de terminales, red y sistemas. Este incremento de gastos se explica por:

- mayores gastos de aprovisionamientos debido al incremento de los gastos de terminales asociados a una mayor actividad comercial parcialmente compensados por menores gastos de interconexión en todos los países salvo Argentina y Chile;
- mayores gastos de personal impulsado por el aumento de la inflación en algunos países de la región, lo que fue parcialmente compensado con los ahorros derivados de los planes de reestructuraciones que se han llevado a cabo este año en Chile; y
- mayores gastos de red especialmente en Perú y Argentina por la ampliación de las redes fijas y móviles, así como el impacto de la inflación y de la depreciación de las divisas latinoamericanas respecto al dólar estadounidense.

A continuación, información adicional por país:

- Argentina: El OIBDA se situó en 669 millones de euros en 2018, decreciendo un 31,1% en términos reportados. El tipo de cambio y la hiperinflación (-71,2 puntos porcentuales), y el efecto NIIF 15 (-0,2 puntos porcentuales) contribuyen significativamente a este decrecimiento interanual. Excluyendo estos impactos el crecimiento interanual sería de un 40,3%, gracias al buen comportamiento de los ingresos que compensan los mayores gastos afectados por la inflación. Mayores gastos en atención al cliente como resultado de cambios en los sistemas técnicos para proporcionar mejor servicio y la unificación de la marca comercial. Mayores gastos de personal asociados a la inflación.
- Chile: El OIBDA se situó en 617 millones de euros en 2018, decreciendo un 2,1% en términos reportados, afectado principalmente por la evolución del tipo de cambio (-3,5 puntos

porcentuales) y el efecto NIIF 15 (-3,6 puntos porcentuales). Excluyendo estos impactos, el OIBDA crecería un 5,0%, explicado por los esfuerzos en eficiencias realizados durante el año que resultaron en una caída de los gastos que más que compensa la disminución de los ingresos antes comentada.

- Perú: El OIBDA se situó en 350 millones de euros en 2018, disminuyendo un 40,5% en términos reportados afectado principalmente por la evolución del tipo de cambio (-3,3 puntos porcentuales) y el efecto NIIF 15 (-0,1 puntos porcentuales). Excluyendo estos impactos, la reducción interanual sería de un 37,1%, afectados por la reducción de los ingresos, así como por el crecimiento del gasto comercial asociado a una fuerte aceleración de la actividad comercial que permitió en 2018 dar vuelta a la dinámica comercial del año anterior, permitiendo volver a crecer en clientes.

El **margen OIBDA** se situó en el 25,7% en 2018, con un decrecimiento interanual de 1,9 puntos porcentuales en términos reportados, afectado por el descenso en el margen de Perú.



3.4. Principales aspectos del ejercicio 2017

El año 2017 destacó por mantener un crecimiento positivo en OIBDA y en el Flujo de Caja Operativa (OIBDA-CapEx), incrementando un 7,1% y un 21,0% respectivamente en términos reportados. Además, destacó la continua transformación de la compañía, con 44,4 millones de unidades inmobiliarias preparadas para FTTx, y adicionalmente la cobertura de LTE alcanzó un 72% en 2017 con un crecimiento de 10,5 puntos porcentuales interanual, justificando mantener el CapEx sobre ingresos en un 16,7%. La Compañía cerró el año con un total de 343 millones de accesos (-1,9% interanual), explicado por la caída del prepago y la voz fija. Se mantuvo como foco estratégico crecer en clientes de valor, los clientes de contrato crecieron un 4,6% con respecto al 2016, totalizando 116 millones de clientes, y los clientes de UBB llegaron a los 11 millones de clientes a 31 de diciembre de 2017 representando un 20% de crecimiento frente al año anterior.

En el año 2017, los **ingresos** totalizaron 52.008 millones de euros, descendiendo un 0,1% comparado con el año anterior en términos reportados (+3,4% en términos orgánicos). El **OIBDA** ascendió a 16.187 millones de euros en 2017, lo que supuso un crecimiento en términos reportados del 7,1%. En términos orgánicos, el OIBDA creció un 5,3% debido a la positiva evolución de todas las regiones compensando los menores ingresos del servicio de España. En 2017, el resultado operativo totalizó 6.791 millones de euros, aumentando un 24,2% en términos reportados (+14,1% en términos orgánicos), incluyendo amortizaciones por importe de 9.396 millones de euros, decreciendo un 2,6% con respecto al 2016 en términos reportados.

Los **accesos totales** de Telefónica alcanzaron 343,5 millones a 31 de diciembre de 2017, decreciendo un 1,9% interanual como resultado principalmente de la pérdida de accesos prepago en Telefónica Hispam Norte, Telefónica Hispam Sur y Telefónica Alemania. Por servicios, hubo un incremento de la actividad comercial con foco en clientes de valor, que se reflejó en un sostenido crecimiento del contrato móvil (smartphones y LTE), la fibra y la televisión de pago. Los accesos de Telefónica Hispam Sur se redujeron un 5,8% interanual (representando el 17,0% del total de accesos del Grupo a 31 de diciembre de 2017), los accesos de Telefónica Alemania disminuyeron un 3,5% (representando el 13,9% del total del Grupo) y los accesos de Hispam Norte se redujeron un 1,7% interanual (representando el 21,1% del total de accesos del Grupo a 31 de diciembre de 2017).

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS			
Miles de accesos	2016	2017	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija (1)	38.280,1	36.898,6	(3,6%)
Accesos de datos e internet (2)	21.652,1	21.864,6	1,0%
Banda ancha (3)	21.194,9	21.417,5	1,1%
Fibra y VDSL	9.137,6	10.961,6	20,0%
Accesos móviles	276.450,0	271.766,9	(1,7%)
Prepago	165.663,2	155.868,5	(5,9%)
Contrato	110.786,8	115.898,4	4,6%
M2M	14.002,0	16.137,2	15,2%
TV de Pago	8.289,0	8.467,7	2,2%
Accesos Clientes Finales	344.671,1	338.997,9	(1,6%)
Accesos Mayoristas	5.300,9	4.460,2	(15,9%)
Total Accesos	349.972,1	343.458,1	(1,9%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

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



La siguiente tabla muestra la evolución de accesos por segmento:

Accesos 2017	variación interanual	% sobre Total Accesos	
		2016	2017
Telefónica España	(0,6%)	11,8%	11,9%
Telefónica Reino Unido	(1,7%)	7,4%	7,4%
Telefónica Alemania	(3,5%)	14,1%	13,9%
Telefónica Brasil	0,7%	27,8%	28,5%
Telefónica Hispam Norte	(1,7%)	21,1%	21,1%
Telefónica Hispam Sur	(5,8%)	17,7%	17,0%
Otras compañías	28,9%	0,1%	0,2%

Los **accesos móviles** ascendieron a 271,8 millones a diciembre de 2017 y disminuyeron un 1,7% frente al mismo período de 2016. Los menores accesos de prepago (-5,9% interanual) más que compensaron el crecimiento de los clientes móviles de contrato, que incrementó un 4,6% interanual, y que continuó aumentando su peso hasta el 42,6% de los accesos móviles (+2,6 puntos porcentuales interanual).

Los **smartphones** aumentaron (7,9% interanual) y se situaron en 158,7 millones de accesos, alcanzando una penetración sobre el total de accesos móviles del 63,0% (+5,9 puntos porcentuales interanual), reflejo del foco estratégico de la Compañía en el crecimiento de los servicios de datos.

Los **accesos de banda ancha fija** se situaron en 21,4 millones a 31 de diciembre de 2017, con un crecimiento del 1,1% interanual. Los accesos de fibra a 31 de diciembre de 2017 se situaron en 11,0 millones frente a 9,1 millones en 2016.

Los **accesos de televisión de pago** alcanzaron 8,5 millones de clientes a 31 de diciembre de 2017 con un crecimiento interanual del 2,2% por el crecimiento en Telefónica España (+5,2% interanual) que amplió su oferta de TV a toda la base de clientes Fusión, y en Telefónica Hispam Sur (+5,9% interanual) con crecimiento en todos los países que disponían de este servicio.

Las tablas a continuación, muestran la evolución estimada de Telefónica para el mercado de accesos móviles y de accesos de banda ancha fija, a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente.

Evolución posición competitiva

Telefónica	Cuota de mercado móvil (1)	
	2016	2017
España	29,7%	29,3%
Reino Unido	26,9%	26,3%
Alemania	37,9%	36,9%
Brasil	30,2%	31,7%
Argentina	33,3%	32,8%
Chile	32,6%	32,2%
Perú	44,0%	36,8%
Colombia	23,4%	24,4%
Venezuela	37,8%	39,1%
México	24,2%	22,0%
Centroamérica	29,9%	28,4%
Ecuador	30,7%	30,0%
Uruguay	33,0%	34,2%

(1) Estimación interna en ambos años



Telefónica	Cuota de BAF (1)	
	2016	2017
España	42,5%	40,6%
Brasil	27,9%	26,5%
Argentina	28,4%	24,1%
Chile	36,5%	34,6%
Perú	78,7%	73,9%
Colombia	16,3%	15,3%

(1) Estimación interna en ambos años.

3.5. Resultados consolidados 2017/2016

Esta sección presenta las variaciones de las cuentas de resultados consolidadas del Grupo Telefónica de los ejercicios 2017 y 2016.

Resultados Consolidados Millones de Euros	Año finalizado 31 de diciembre				Variación %	
	2016		2017		2017 vs 2016	
	Total	% Sobre Ingresos	Total	% Sobre Ingresos	Total	%
Ventas y prestaciones de servicios	52.036	100,0%	52.008	100,0%	(28)	(0,1%)
Otros ingresos	1.763	3,4%	1.489	2,9%	(274)	(15,5%)
Aprovisionamientos	(15.242)	(29,3%)	(15.022)	(28,9%)	220	(1,4%)
Gastos de personal	(8.098)	(15,6%)	(6.862)	(13,2%)	1.236	(15,3%)
Otros gastos	(15.341)	(29,5%)	(15.426)	(29,7%)	(85)	0,5%
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE AMORTIZACIONES (OIBDA)	15.118	29,1%	16.187	31,1%	1.069	7,1%
Margen OIBDA	29,1%		31,1%			2,1 p.p.
Amortizaciones	(9.649)	(18,5%)	(9.396)	(18,1%)	253	(2,6%)
RESULTADO OPERATIVO	5.469	10,5%	6.791	13,1%	1.322	24,2%
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	(5)	0,0%	5	0,0%	10	c.s.
Resultado financiero neto	(2.219)	(4,3%)	(2.199)	(4,2%)	20	(0,9%)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	3.245	6,2%	4.597	8,8%	1.352	41,6%
Impuesto sobre beneficios	(846)	(1,6%)	(1.219)	(2,3%)	(373)	44,1%
RESULTADO DEL EJERCICIO	2.399	4,6%	3.378	6,5%	979	40,8%
Atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante	2.369	4,6%	3.132	6,0%	763	32,2%
Atribuido a los intereses minoritarios	30	0,1%	246	0,5%	216	n.s.

c.s.: cambio de signo

n.s.: no significativo

Ajustes para el cálculo de las variaciones orgánicas

Las variaciones porcentuales interanuales señaladas en este documento como “orgánicas” o presentadas “en términos orgánicos” pretenden presentar variaciones interanuales sobre una base comparable, mediante la aplicación de un perímetro de consolidación constante, tipos de cambio constantes y aplicando otros ajustes específicos que se describen a continuación. Las variaciones “orgánicas” no deben ser evaluadas separadamente ni deben considerarse una alternativa a las variaciones reportadas.

A los efectos de este informe, variación “orgánica” 2017/2016 se define como la variación reportada ajustada para excluir los impactos que se detallan a continuación:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio y ajustes por hiperinflación en Venezuela:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2016 para los dos años.

La evolución de los tipos de cambio ha impactado negativamente en los resultados reportados de 2017, principalmente por la depreciación frente al euro de varias divisas latinoamericanas (en especial el bolívar venezolano y el peso argentino) y de la libra esterlina.

Asimismo, se excluye el impacto de los ajustes por hiperinflación en Venezuela, revirtiendo los ajustes registrados.

El efecto de los tipos de cambio e hiperinflación en Venezuela resta 3,2 puntos porcentuales al crecimiento de las ventas y 4,7 puntos porcentuales al crecimiento del OIBDA.



- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación en 2017 y 2016. En estos años los principales cambios del perímetro de consolidación fueron la venta de Telefé y de Telecomunicaciones Personalizadas en el último trimestre de 2016 y la entrada en el perímetro de consolidación de las compañías colombianas Telebucaramanga, Metrotel y Optecom en octubre de 2017.

Para excluir el impacto de los citados cambios de perímetro en el cálculo de la variación orgánica, la base comparativa de 2016 excluye los resultados consolidados de Telefé y Telecomunicaciones Personalizadas, y en 2017 se excluyen los resultados de Telebucaramanga, Metrotel y Optecom.

- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto en 2017 y 2016 de los gastos de reestructuración principalmente relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo en Telefónica España, con los procesos de reestructuración de Telefónica Alemania, Telefónica Hispam Norte y Telefónica Hispam Sur, así como del programa de simplificación en áreas globales.

La distribución por segmentos de los gastos de reestructuración es la siguiente (impactos en OIBDA):

Millones de Euros	2016	2017
Telefónica España	837	165
Telefónica Brasil	40	—
Telefónica Alemania	89	82
Telefónica Reino Unido	37	—
Telefónica Hispam Norte	18	24
Telefónica Hispam Sur	66	79
Otras compañías	293	(10)
Total gastos por reestructuración	1.380	340

- **Resultado en la venta de torres:** se excluye el resultado obtenido en 2017 y 2016 por la venta de torres.

En 2017, el impacto en OIBDA por la venta de torres ascendieron a 7 millones de euros, principalmente en Telefónica Hispam Norte. En 2016 ascendió a 1 millón de euros, principalmente en Telefónica Hispam Norte.

- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2017 y 2016.

En 2017, estas adquisiciones ascendieron a 538 millones de euros, de los que 470 millones de euros correspondieron a Telefónica Colombia, 4 millones de euros a Telefónica México, 36 millones de euros a Telefónica Centroamérica (21 millones de euros en Costa Rica y 15 millones de euros en el Salvador), 27 millones de euros a Telefónica Uruguay y 1 millón de euros a Telefónica Alemania.

En 2016 estas adquisiciones ascendieron a 345 millones de euros, de los que 284 millones de euros correspondieron a Telefónica Perú, 48 millones de euros a Telefónica Brasil, 7 millones de euros a Telefónica España y 6 millones de euros a Telefónica Alemania.

- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** en la variación orgánica se excluye el resultado positivo o negativo obtenido en la venta de compañías.

En 2017 no se registró ningún resultado en venta de compañías. La base comparativa de 2016 excluye el resultado positivo obtenido en la venta de Telefé (199 millones de euros) y de Telecomunicaciones Personalizadas (29 millones de euros), y el resultado negativo en la venta de Vocem (16 millones de euros).

- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro de fondos de comercio.

En 2017 no se registraron deterioros de fondo de comercio. La base comparativa de 2016 excluye el deterioro de los fondos de comercio asignados a Telefónica Venezolana y Telefónica Móviles México, por importe de 124 y 91 millones de euros, respectivamente.

- **Otros ajustes:** se excluye el impacto de la provisión de determinadas contingencias regulatorias en 2017 de Telefónica Brasil por importe de 50 millones de euros y en otras sociedades por importe de 57 millones de euros, así como de las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución por importe de 13 millones de euros en 2017 y 18 millones de euros en 2016. Asimismo, se excluye el resultado positivo de la actualización de tarifas en Telefónica Venezuela en el último trimestre de 2017 (6 millones de euros en ingresos y 2 millones de euros en OIBDA reportados).

Las variaciones reportadas y orgánicas 2017/2016 (calculadas conforme a los ajustes arriba descritos) de determinadas partidas de las cuentas de resultados consolidadas, CapEx y OIBDA-Capex se muestran a continuación:

TELEFÓNICA 2017	Variación interanual	
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica
Ventas y prestaciones de servicios	(0,1%)	3,4%
Otros ingresos	(15,5%)	(3,6%)
Aprovisionamientos	(1,4%)	0,6%
Gastos de personal	(15,3%)	3,0%
Otros gastos	0,5%	3,7%
OIBDA	7,1%	5,3%
Resultado operativo	24,2%	14,1%
CapEx	(2,6%)	(1,2%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	21,0%	12,2%

La siguiente tabla muestra las aportaciones al crecimiento reportado de cada uno de los impactos considerados en el cálculo de las variaciones orgánicas explicados anteriormente. La aportación al crecimiento reportado, expresada en puntos porcentuales, es el resultado de dividir el importe de cada impacto (o la diferencia cuando afecta a los dos periodos) entre la cifra consolidada reportada del año anterior en cada epígrafe.

TELEFÓNICA 2017	Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)							
	Efecto tipo de cambio e hiperinflación	Cambio de Perímetro	Gastos de reestructu- ración	Venta de Torres	Adquisición de espectro	Resultado en venta de empresas	Deterioro de fondo de comercio	Otros ajustes
Ventas y prestaciones de servicios	(3,2)	(0,3)	—	—	—	—	—	—
Otros ingresos	0,1	—	—	0,4	—	(12,9)	—	—
Aprovisionamientos	(1,8)	(0,2)	—	—	—	—	—	—
Gastos de personal	(4,3)	(0,8)	(12,7)	—	—	—	—	—
Otros gastos	(4,5)	(0,1)	—	—	—	(0,1)	(1,4)	3,2
OIBDA	(4,7)	(0,2)	6,8	—	—	(1,4)	1,4	(0,6)
Resultado operativo	(10,7)	(0,5)	18,9	0,1	—	(3,9)	3,9	(1,8)
CapEx	(3,6)	—	—	—	2,2	—	—	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	(6,4)	(0,4)	16,7	0,1	(3,1)	(3,4)	3,5	(1,6)



Análisis de los resultados

Ventas y prestaciones de servicios (ingresos), en 2017 los ingresos alcanzaron 52.008 millones de euros, disminuyendo en términos reportados un 0,1% interanual, impactado por la evolución negativa de los tipos de cambio y la hiperinflación en Venezuela (-3,2 puntos porcentuales interanual) y los cambios en el perímetro de consolidación (-0,3 puntos porcentuales interanual), que compensaron los mayores ingresos de Telefónica Hispam Norte, Telefónica Hispam Sur, Telefónica Brasil y Telefónica Reino Unido. En términos orgánicos (para información adicional sobre variaciones orgánicas, ver "Ajustes para el cálculo de las variaciones orgánicas"), el incremento interanual sería de un 3,4%. La estructura de los ingresos refleja la diversificación de la Compañía. El segmento que más contribuyó fue Telefónica España que supone el 24,3% (-0,3 puntos porcentuales respecto a 2016), seguido de Telefónica Brasil que contribuyó con el 23,1% (aumentando su contribución en 1,8 puntos porcentuales respecto a 2016) y por Telefónica Hispam Sur que supuso un 15,8% (aumentando su contribución en 0,7 puntos porcentuales respecto a 2016).

Desde el 1 de enero de 2017 se revisaron los ingresos del servicio móvil (principalmente los ingresos de datos) y los ingresos del negocio fijo debido a criterios diferentes de asignación. A efectos comparativos, estos datos del 2016 se reportaron bajo el mismo criterio. Este cambio no afecta a la cifra total reportada de ingresos del negocio móvil.

Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron en 2017 a 32.827 millones de euros (de los que 28.677 millones de euros corresponden a ingresos del servicio y 4.150 millones de euros a ingresos por venta de terminales), lo que supuso un crecimiento de un 1,2% interanual en términos reportados como resultado de los mayores ingresos de Telefónica Hispam Sur, Telefónica Brasil y Telefónica Reino Unido, parcialmente compensado por el impacto negativo del tipo de cambio e hiperinflación en Venezuela (-4,1 puntos porcentuales interanual). En términos orgánicos, los ingresos del negocio móvil crecerían un 5,3% a pesar de los impactos regulatorios en ingresos de interconexión en algunas operadoras del Grupo.

Los **ingresos del servicio móvil**, que incluyen los ingresos de datos móviles, ascendieron en 2017 a 28.677 millones de euros, creciendo en términos reportados un 0,9% interanual principalmente explicado por el mayor consumo de datos. Excluyendo el impacto de tipo cambio e hiperinflación en Venezuela el crecimiento sería del 5,1%.

Los **ingresos de datos móviles** ascendieron en 2017 a 16.942 millones de euros, creciendo en términos reportados un 11,5% interanual principalmente por el mayor consumo de datos. Excluyendo los impactos de tipo cambio y la hiperinflación en Venezuela (-5,4 puntos porcentuales interanual), los ingresos de datos móviles crecieron un 16,8% como resultado de la popularización del uso de datos con cada vez más planes incluyendo datos inclusive en prepago. Los ingresos de datos móviles supusieron el 59,1% de los ingresos de servicio móvil en 2017, 5,6 puntos porcentuales más comparado con 2016 en términos reportados.

Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron en 2017 a 18.331 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 1,8% interanual en términos reportados, a pesar del impacto negativo del tipo cambio y la hiperinflación en Venezuela (-0,1 puntos porcentuales interanual). Excluyendo este impacto, el crecimiento de los ingresos del negocio fijo sería del 1,9%. La mejora se explica fundamentalmente por el crecimiento de los ingresos de conectividad de banda ancha y de la TV de pago, como consecuencia de las acciones comerciales desarrolladas por la Compañía con el objetivo de incrementar nuestra propuesta de valor dando cada vez más velocidades a nuestros clientes.

Otros ingresos alcanzaron 1.489 millones de euros en 2017, que incluyeron principalmente los trabajos realizados para el inmovilizado y los resultados por enajenación de otros activos.

En 2016, otros ingresos incluían también el resultado positivo obtenido por la venta de Telefó (199 millones de euros) y de Telecomunicaciones Personalizadas (29 millones de euros).

Gastos totales que incluyen los gastos de aprovisionamientos, de personal y otros gastos (principalmente servicios exteriores y tributos), ascendieron a 37.310 millones de euros en 2017, disminuyendo un 3,5% en términos reportados respecto a 2016 debido principalmente al efecto del tipo de cambio e hiperinflación en

Venezuela (-3,4 puntos porcentuales interanual) y a menores gastos de reestructuración en 2017 (-2,7 puntos porcentuales interanual). Estos costes se explican en detalle a continuación:

- Los **aprovisionamientos** se situaron en 15.022 millones de euros en 2017 disminuyendo un 1,4% en términos reportados, impactados por el efecto del tipo de cambio e hiperinflación en Venezuela (-1,8 puntos porcentuales). En términos orgánicos los aprovisionamientos crecerían un 0,6% interanual, principalmente por mayores costes de terminales.
- Los **gastos de personal** alcanzaron 6.862 millones de euros en 2017, disminuyendo un 15,3% en términos reportados. Esta reducción está impactada por menores gastos de reestructuración en 2017 (303 millones de euros en 2017 frente a 1.336 millones de euros en 2016). En términos orgánicos, los gastos de personal crecieron un 3,0% interanual, principalmente por el efecto negativo de la inflación en algunos países de Latinoamérica.

La plantilla promedio del año 2017 alcanzó 125.371 empleados, disminuyendo un 5,1% respecto a la del conjunto de 2016.

- **Otros gastos** alcanzaron 15.426 millones de euros en 2017, aumentando un 0,5% en términos reportados, como resultado principalmente de la presión inflacionaria en algunos países latinoamericanos y la depreciación de algunas monedas latinoamericanas frente al dólar, que compensa el impacto del tipo de cambio e hiperinflación en Venezuela (-4,5 puntos porcentuales). Mayores costes de red, resultado del mayor tráfico de datos y mayores costes de sistemas por los procesos de transformación de nuestros sistemas que nos obligan a tener ambos sistemas conviviendo, ya que todavía estamos decomisionando algunos sistemas. En términos orgánicos, los otros gastos crecieron un 3,7%.

El **OIBDA** en 2017 ascendió a 16.187 millones de euros, lo que supuso un crecimiento en términos reportados del 7,1%, como resultado principalmente de la menor provisión por gastos de reestructuración en el año 2017 respecto a 2016 (+6,8 puntos porcentuales), compensando parcialmente el efecto de tipos de cambio e hiperinflación en Venezuela (-4,7 puntos porcentuales). En términos orgánicos, el OIBDA crecería interanualmente un 5,3% apoyado en la positiva evolución de los ingresos del servicio y el continuo esfuerzo de contención de gastos.

El **margen OIBDA** cerró 2017 en 31,1% aumentando 2,1 puntos porcentuales respecto al mismo período del año anterior en términos reportados.

Por segmentos, las regiones que más aportaron al OIBDA del Grupo Telefónica en 2017 fueron: Telefónica España que aportó 30,6% (+1,5 puntos porcentuales comparado con 2016), Telefónica Brasil con un 25,9% (que aumentó su aportación en 1,4 puntos porcentuales respecto a 2016) y Telefónica Hispam Sur con un 14,1% (si bien redujo su aportación en 1,6 puntos porcentuales respecto a 2016 explicado por la menor contribución de Perú y Chile).

A cierre de 2017, las **amortizaciones del inmovilizado** ascendieron a 9.396 millones de euros (-2,6% interanual en términos reportados) debido fundamentalmente al efecto tipo de cambio y el efecto de la hiperinflación en Venezuela (-1,3 puntos porcentuales) y por menores amortizaciones en Telefónica España y Telefónica Alemania.

El **resultado operativo (OI)** del ejercicio 2017 ascendió a 6.791 millones de euros creciendo un 24,2% en términos reportados (14,1% en términos orgánicos).

Las **participaciones en resultados de inversiones puestas en equivalencia** en 2017 alcanzaron un resultado positivo de 5 millones de euros (comparado con un resultado negativo de 5 millones de euros en 2016).

Los **gastos financieros netos** de enero-diciembre (2.199 millones de euros) disminuyeron un 0,9% respecto a los del mismo período del año anterior fundamentalmente por la reducción del coste de la deuda en divisas europeas y latinoamericanas compensándose este efecto con los menores impactos asociados a Venezuela y no repetir los ahorros en la gestión de coberturas en libras ligadas a Telefónica Reino Unido en 2016.

El **gasto por impuesto** en 2017 ascendió a 1.219 millones de euros que, sobre un resultado antes de impuestos de 4.597 millones de euros, situó la tasa efectiva en 26,5%, en línea con la registrada en 2016 (26,1%).



Resultado de las partidas anteriores, el **resultado del ejercicio atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante** alcanzó 3.132 millones de euros (2.369 millones de euros en 2016).

El **resultado del ejercicio atribuido a los intereses minoritarios** alcanzó los 246 millones de euros, 216 millones de euros mayor que en 2016, fundamentalmente por mayores resultados atribuidos a los minoritarios de Telefónica Brasil y Telefónica Colombia y menores pérdidas de Telefónica Alemania.

3.6. Resultados por segmentos 2017/2016

TELEFÓNICA ESPAÑA

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica España a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS			
Miles de accesos	2016	2017	R. %Var. reportada
Accesos de telefonía fija (1)	9.720,2	9.304,7	(4,3%)
Accesos de datos e internet (2)	6.094,5	6.039,6	(0,9%)
Banda ancha	6.067,3	6.020,3	(0,8%)
FTTH	2.998,3	3.423,7	14,2%
Accesos móviles	17.237,7	17.576,5	2,0%
Prepago	2.329,3	1.793,4	(23,0%)
Contrato	14.908,4	15.783,1	5,9%
M2M	2.006,3	2.015,6	0,5%
TV de Pago	3.657,0	3.847,6	5,2%
Accesos Clientes Finales	36.709,4	36.768,5	0,2%
Accesos Mayoristas	4.525,5	4.221,1	(6,7%)
Total Accesos	41.234,9	40.989,6	(0,6%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante el año 2017 la actividad comercial continuó apalancada en los activos diferenciales de la Compañía básicamente a través de la oferta convergente (ofrecer más de un servicio por un solo precio) "Movistar Fusión +" y la estrategia de "Más por Más". La Compañía continuó evolucionando dicha oferta adaptándola a la demanda incremental de los clientes, principalmente a través del incremento de los datos incluidos en todas las líneas móviles en los paquetes Fusión. Adicionalmente, en julio de 2017 se amplió la oferta con el lanzamiento de dos nuevas opciones de "Fusión+" ("Fusión Series" y "Fusión #0"), incorporando así el servicio de TV y sus funcionalidades en todo el portfolio convergente.

El churn de fusión residencial en el año 2017 ascendió a 1,5% (+0,2 puntos porcentuales interanual), reflejo de la mayor competitividad en el mercado durante el año. Los accesos de banda ancha disminuyeron en 47 mil interanualmente y la pérdida neta de accesos alcanzó los 416 mil clientes. Por otro lado, los clientes de alto valor, como los accesos de fibra, aumentaron en 425 mil y los accesos de contrato móvil crecieron en 875 mil, reflejando el éxito de la estrategia convergente (ofrecer más de un servicio por un solo precio), que desde 2017 incluye en todas las tarifas Fusión una segunda línea móvil.

Telefónica España gestionó 41,0 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2017 (-0,6% comparado con 31 de diciembre de 2016), explicado por el descenso de accesos móviles prepago y de telefonía fija, así como de los accesos mayoristas de cobre. En este sentido, cabe resaltar que los accesos minoristas crecieron un 0,2% respecto a 2016.

"**Movistar Fusión**" **residencial** con un parque de 4,4 millones de clientes con 3,7 millones de líneas móviles adicionales a 31 de diciembre de 2017, mantuvo un sólido crecimiento interanual (+2,1% y +45,2% interanual, respectivamente), representando el 85,5% de los clientes de banda ancha fija residencial (+2,2 puntos porcentuales interanual) y el 79,3% de los de contrato móvil residencial (+6,2 puntos porcentuales interanual). Es importante mencionar que la penetración de servicios de alto valor con "Movistar Fusión" continuó aumentando, con un 38,4% de la base de clientes ya disfrutando de fibra ultrarrápida de 300 Mb (+1,7 puntos porcentuales interanual) y un 75,6% con TV de pago (+7,7 puntos porcentuales interanual) así como el



incremento de líneas móviles (cada paquete principal de Fusión tiene de media 1,8 líneas móviles comparado con 1,6 en 2016) a 31 de diciembre de 2017.

Los **accesos minoristas de banda ancha** decrecieron en 47 mil accesos en el año 2017, hasta alcanzar los 6 millones (-0,8% interanual).

Los **accesos de fibra** mostraron una buena evolución en términos de ganancia neta situándose en 3,4 millones a 31 de diciembre de 2017 (+14,2% respecto a 31 de diciembre de 2016) y supusieron ya el 56,9% de los accesos de banda ancha (+7,5 puntos porcentuales interanual), con una ganancia neta de 425 mil en el año 2017. Por su parte, los accesos de fibra ultrarrápida de 300 Mb (con ARPU adicional de entre 10-12 euros, IVA incluido) ascendieron a 2,2 millones de accesos (64,5% de los accesos de fibra). A 31 de diciembre de 2017, la cobertura de fibra hasta el hogar alcanzó a 19,2 millones de unidades inmobiliarias, 2,1 millones más que a 31 de diciembre de 2016, y continuó siendo la más extensa de Europa.

La planta total de **accesos móviles** se situó en 17,6 millones a 31 de diciembre de 2017, un 2,0% más que a 31 de diciembre de 2016 como resultado del aumento del parque de contrato y a pesar del menor parque de prepago, reflejando el éxito de la estrategia convergente y el buen comportamiento de la portabilidad, positiva en el cuarto trimestre del año e impulsada por la mejora de la oferta asociada. El parque de contrato aumentó su ritmo de crecimiento alcanzando el 5,9% interanual a 31 de diciembre de 2017. La penetración de smartphones a 31 de diciembre de 2017 ascendió al 76,4% del parque móvil de voz (+5,6 puntos porcentuales interanual) impulsando significativamente el incremento de tráfico de datos (110,8% interanual) debido al mayor número de clientes con el renovado portfolio conteniendo paquetes de datos superiores.

La cobertura LTE continuó incrementándose, alcanzando una cobertura aproximada del 97% (criterio basado en el cálculo de la competencia, la suma de los habitantes en ciudades con cobertura LTE) de la población a 31 de diciembre de 2017, aumentando en 0,7 puntos porcentuales comparado con el 31 de diciembre de 2016. Así, los clientes LTE superaron los 7,6 millones a 31 de diciembre de 2017, con una penetración que se situó en el 49,4% (+9,5 puntos porcentuales interanual).

Los **accesos de televisión** de pago totalizaron 3,8 millones a 31 de diciembre de 2017, un 5,2% más que a 31 de diciembre de 2016 impulsados por la inclusión de servicios de TV en todo el portfolio convergente desde julio de 2017.

Los **accesos mayoristas** totalizaron 4,2 millones a 31 de diciembre de 2017, con una caída del 6,7% interanual, si bien los accesos NEBA (Nuevo Servicio Ethernet de Banda Ancha) Fibra aumentaron en 850 mil accesos; el 20,1% del total de accesos mayoristas (+12,9 puntos porcentuales interanual) y reflejando la positiva evolución de la red con tecnologías superiores.

La siguiente tabla muestra los resultados de Telefónica España a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

Millones de Euros

TELFÓNICA ESPAÑA	2016	2017	%Var. Renortada	%Var. Orgánica (3)
Importe neto de la cifra de negocios	12.815	12.653	(1,3%)	(1,2%)
Residencial (1)	6.536	6.602	1,0%	1,0%
Fusión	4.096	4.470	9,1%	9,1%
No Fusión	2.440	2.132	(12,6%)	(12,6%)
Empresas	3.445	3.401	(1,3%)	(1,3%)
Comunicaciones	2.721	2.631	(3,3%)	(3,3%)
TI	724	770	6,4 %	6,4 %
Otros (2)	2.337	2.271	(2,8%)	(2,5%)
Otros ingresos	474	410	(13,5%)	(8,0%)
Aprovisionamientos	(3.406)	(3.481)	2,2 %	2,2 %
Gastos de personal	(3.022)	(2.212)	(26,8%)	(6,3%)
Otros gastos	(2.458)	(2.418)	(1,6%)	(1,4%)
OIBDA	4.403	4.952	12,5%	(1,8%)
Margen OIBDA	34,4%	39,1%	4,8 p.p.	(0,2 p.p.)
Amortizaciones	(1.827)	(1.688)	(7,6%)	(7,6%)
Resultado Operativo (OI)	2.576	3.264	26,7%	1,3%
CapEx	1.852	1.683	(9,1%)	(8,8%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	2.551	3.269	28,2%	2,0%

(1) Los ingresos de Residencial también incluyen ingresos del segmento residencial y autónomos.

(2) Los otros incluyen ingresos mayoristas, ingresos de filiales y resto de ingresos.

(3) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica España se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2017/2016:

- **Cambios en el perímetro de consolidación:** la principal variación de 2017 respecto al ejercicio anterior correspondió a la venta de Telecomunicaciones Personalizadas, que se produjo en el último trimestre de 2016.
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de los gastos de reestructuración relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo y otros planes en Telefónica España que ascendieron a 165 y 837 millones de euros en 2017 y 2016, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de adquisiciones de espectro en 2016, que ascendió a 7 millones de euros. Durante 2017 no hubo adquisiciones.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la base comparativa de 2016 excluye el resultado positivo obtenido en la venta de Telecomunicaciones Personalizadas por importe de 29 millones de euros.
- **Optimización de la red de distribución:** se excluye el impacto de las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución en 2017 y 2016, por importe de 13 y 18 millones de euros, respectivamente.



La siguiente tabla muestra las variaciones 2017/2016 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados, y la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.

TELEFÓNICA ESPAÑA 2017	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)				
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Cambio de Perímetro	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	Resultado en venta de empresas	Red de Distribución España
Ventas y prestaciones de servicios	(1,3%)	(1,2%)	(0,1)	—	—	—	—
Otros ingresos	(13,5%)	(8,0%)	—	—	—	(6,0)	—
Aprovisionamientos	2,2%	2,2%	—	—	—	—	—
Gastos de personal	(26,8%)	(6,3%)	—	(22,3)	—	—	—
Otros gastos	(1,6%)	(1,4%)	—	—	—	—	(0,2)
OIBDA	12,5 %	(1,8)%	(0,1)	15,3	—	(0,7)	0,1
CapEx	(9,1%)	(8,8%)	—	—	(0,4)	—	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	28,2 %	2,0 %	(0,2)	26,4	0,3	(1,1)	0,2

Análisis de los resultados

En 2017 los **ingresos** ascendieron a 12.653 millones de euros, lo que representa una caída interanual en términos reportados de 1,3%, impactado por los menores ingresos por venta de terminales. En términos orgánicos (excluyendo Telecomunicaciones Personalizadas del perímetro de consolidación) la bajada sería de 1,2%.

Dado el alto nivel de convergencia (ofrecer más de un servicio por un solo precio), el desglose de los ingresos por negocios es cada vez menos representativo. Por esta razón, Telefónica España publica sus resultados con esta nueva apertura que tiene más sentido de cara a su gestión.

- Los **ingresos de residencial** (6.602 millones de euros en el año 2017) aumentaron un 1,0% interanual en términos reportados, impulsados por el crecimiento del ARPU y por el crecimiento del número de clientes, así como una mejora significativa en el mix de dichos clientes. Destacó el crecimiento del 9,1% interanual en términos reportados de ingresos de “Fusión” durante 2017 (4.470 millones de euros) que más que compensó la caída de ingresos “no Fusión”.
- Los **ingresos de empresas** (3.401 millones de euros en el año 2017) decrecieron un 1,3% interanual en términos reportados. Continuó la mejora de tendencia de variación interanual principalmente impulsada por la buena evolución de los ingresos de comunicaciones y de tecnología de la información (TI).
- Otros ingresos que incluyen ingresos mayoristas, ingresos de filiales y resto de ingresos (2.271 millones de euros en el año 2017) cayeron un 2,8% en términos reportados, principalmente por los menores ingresos mayoristas de televisión y OMs, y en menor medida, por los efectos de los cambios regulatorios aplicables a lo largo de 2017 (NEBA (Nuevo Servicio Ethernet de Banda Ancha), ORLA (Oferta de Referencia de Líneas Alquiladas), etc.).

El **ARPU Fusión** ascendió a cierre de 2017 a 85,1 euros, incrementando un 5,8% interanual en términos reportados, impulsado por la demanda de paquetes de mayor valor y la actualización de tarifas, así como la mejora en el mix de clientes impulsada por la continua renovación del portfolio incluyendo líneas móviles adicionales, contenidos adicionales, así como mejora de las funcionalidades en el paquete.

El **OIBDA** en 2017 alcanzó 4.952 millones de euros, con un crecimiento interanual del 12,5% en términos reportados. En 2016 el OIBDA estaba negativamente afectado por las provisiones por reestructuración resultado de la extensión a 2018 del “Plan de Suspensión de Empleo” y otros planes de reestructuración (837 millones de euros) y 18 millones de euros por reestructuración del canal de distribución. El OIBDA reportado de 2017 recogió también 165 millones de euros de provisión debido principalmente a la mayor aceptación a la esperada



a los planes de suspensión de empleo que generarán ahorros adicionales, y 13 millones de euros de provisión debido a la reestructuración del canal de distribución.

En términos orgánicos, el OIBDA presentó un descenso interanual del 1,8%, que se explica, fundamentalmente, por los menores ingresos de servicio fundamentalmente del negocio mayorista y los mayores costes de contenidos, compensados en parte por menores gastos de personal. Estos gastos cayeron un 6,3% interanual en términos orgánicos impulsados por los ahorros generados por el "Plan de Suspensión de Empleo" (158 millones de euros). Adicionalmente, los mayores gastos de aprovisionamientos (2,2% en términos reportados) impactados por el mayor coste de contenidos y la compra de equipos de tecnología de la información (TI) fueron parcialmente compensados por la caída de los otros gastos (-1,6% en términos reportados) debido principalmente al menor coste comercial.

El **margen OIBDA** se situó en el 39,1% en términos reportados, con una caída interanual de 4,8 puntos porcentuales en términos reportados.

TELEFÓNICA REINO UNIDO

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Reino Unido a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS

Miles de accesos	2016	2017	%Var.
Accesos de telefonía fija (1)	272,6	283,9	4,1%
Accesos de datos e internet (2)	23,7	25,3	6,6%
Banda ancha	23,7	25,3	6,6%
Accesos móviles	25.462,7	25.003,9	(1,8%)
Prepago	9.701,4	9.203,7	(5,1%)
Contrato	15.761,3	15.800,2	0,2%
M2M	3.266,9	3.358,9	2,8%
Accesos Clientes Finales	25.759,0	25.313,1	(1,7%)
Total Accesos	25.759,0	25.313,1	(1,7%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante 2017 Telefónica Reino Unido mantuvo la posición competitiva, apoyado en el reconocimiento de la marca O2, nuevas e innovadoras propuestas comerciales y una gran experiencia de cliente que le permitieron continuar el liderazgo en términos de fidelidad y seguir en la senda del crecimiento en clientes de alto valor en un mercado cada vez más competitivo.

La base de **accesos totales** disminuyó un 1,7% a nivel interanual y se situó en los 25,3 millones de clientes a finales de diciembre de 2017, principalmente por la caída del 1,8% en los clientes móviles.

Los **accesos móviles de contrato** crecieron un 0,2% a nivel interanual y alcanzaron los 15,8 millones de clientes incrementando su peso hasta el 63,2% sobre la base total móvil. Los accesos móviles decrecieron en 459 mil accesos debido a la alta volatilidad del parque de prepago (que decreció un 5,1% interanual hasta los 9,2 millones a 31 de diciembre de 2017) y a la desconexión de 228 mil líneas inactivas durante el primer trimestre de 2017 en el segmento de pospago. La penetración de smartphones sobre la base móvil total alcanzó el 76,5%, con un crecimiento de 8,1 puntos porcentuales a nivel anual. En cuanto a los clientes de LTE, estos alcanzaron los 12,9 millones a 31 de diciembre de 2017 con un crecimiento del 6,6% interanual alcanzando un 59,6% de penetración sobre la base móvil.



La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Reino Unido a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA REINO UNIDO	2016	2017	%Var. Reportada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	6.861	6.540	(4,7%)	2,2%
Ingresos de servicio móvil (2)	5.363	5.050	(5,8%)	1,0%
Otros ingresos	148	135	(9,0%)	(2,4%)
Aprovisionamientos	(3.226)	(3.125)	(3,1%)	3,9%
Gastos de personal	(528)	(442)	(16,2%)	(3,4%)
Otros gastos	(1.546)	(1.469)	(5,0%)	1,9%
OIBDA	1.709	1.639	(4,1%)	0,7%
Margen OIBDA	24,9%	25,1%	0,1 p.p.	(0,4 p.p.)
Amortizaciones	(1.090)	(1.047)	(4,0%)	3,0%
Resultado Operativo (OI)	619	592	(4,3%)	(3,1%)
CapEx	931	827	(11,2%)	(4,8%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	778	812	4,4%	6,9%

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

(2) Los ingresos de servicio móvil incluyen ingresos de OMVs desde el 1 de enero de 2017, criterio que aplica en todo el grupo Telefónica. Anteriormente estos ingresos se incluían en "Ingresos de terminales y otros". A efectos comparativos, los ingresos de servicio móvil y los ingresos de terminales del primer trimestre del 2016 se reportan bajo el mismo criterio.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como "orgánicas" o presentadas en "términos orgánicos" intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Reino Unido se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2017/2016:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2016 para los dos años.
- **Gastos de reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2017 y 2016 por importe de 314 miles de euros y 37 millones de euros, respectivamente.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2017/2016 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y otras variables, y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.



TELEFÓNICA REINO UNIDO 2017	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)	
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio	Gastos de reestructuración
Ventas y prestaciones de servicios	(4,7%)	2,2%	(6,9)	—
Otros ingresos	(9,0%)	(2,4%)	(6,6)	—
Aprovisionamientos	(3,1%)	3,9%	(7,0)	—
Gastos de personal	(16,2%)	(3,4%)	(6,1)	(7,0)
Otros gastos	(5,0%)	1,9%	(6,9)	—
OIBDA	(4,1%)	0,7%	(7,0)	2,2
CapEx	(11,2%)	(4,8%)	(6,4)	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	4,4%	6,9%	(7,6)	4,8

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 6.540 millones de euros en 2017 y disminuyeron en términos reportados un 4,7% debido principalmente a la depreciación de la libra esterlina (que representó una reducción de 6,9 puntos porcentuales de la evolución). En términos orgánicos, el incremento anual sería de un 2,2% gracias a mayores ingresos del servicio móvil, el crecimiento de los ingresos de terminales, así como los ingresos asociados a programas de M2M.

- Los **ingresos del servicio móvil** ascendieron a 5.050 millones de euros en 2017, disminuyendo un 5,8% en términos reportados debido principalmente a la depreciación de la libra (que representó 6,8 puntos porcentuales de la evolución). Excluyendo este impacto, los ingresos del negocio móvil crecerían un 1,0% afectados por el aumento del IPC al que están referenciadas las tarifas planas y al mayor consumo de datos que lograron compensar el significativo impacto negativo de los cambios en la regulación del roaming europeo que entró en vigor el 15 de junio de 2017.

El **ARPU** móvil disminuyó un 6.5% anual en términos reportados debido principalmente al efecto de la depreciación de la libra esterlina. En términos orgánicos, el ARPU creció un 0,3% con un incremento del ARPU de datos de un 1,1% interanual a pesar del significativo impacto negativo de los cambios en la regulación del roaming europeo gracias al continuo crecimiento de la penetración de redes de alta velocidad que facilitan la adopción de tarifas más elevadas por parte de los clientes.

TELEFÓNICA REINO UNIDO	2016	2017	%Var.	%Var. ML
Tráfico de voz (millones de minutos)	93.306	94.723	1,5%	1,5%
ARPU (EUR)	17,0	15,9	(6,5%)	0,3%
Prepago	7,5	6,9	(7,0%)	0,3%
Contrato (1)	28,8	26,8	(6,8%)	0,2%
ARPU de datos (EUR)	10,3	9,7	(5,8%)	1,1%
% Ingresos no-SMS s/ing datos (2)	64,2%	65,5%	1.3 p.p.	1.3 p.p.

(1) Excluye M2M.

(2) Los ingresos de datos móviles se han revisado desde el 1 de enero 2017, a efectos comparativos los ingresos de datos del 2016 se reportan bajo el mismo criterio.

El **OIBDA** alcanzó los 1.639 millones de euros en el 2017, disminuyendo un 4,1% en términos reportados debido principalmente al efecto de la depreciación de la libra esterlina. En términos orgánicos, el OIBDA aumentó un 0,7% interanual principalmente debido a los mayores ingresos del servicio móvil (+1,0% interanual en términos orgánicos) a pesar del significativo impacto negativo de la regulación del roaming en Europa (RLAH "Roaming Like at Home") y del aumento de los costes asociados al despliegue de la red 4G necesaria para soportar la alta demanda de tráfico de datos.

El **margen OIBDA** se situó en el 25,1% en términos reportados en el 2017, aumentando 0,1 puntos porcentuales en comparación con el 2016.



TELEFÓNICA ALEMANIA

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Alemania a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS

Miles de accesos	2016	2017	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija (1)	2.010,3	1.979,6	(1,5%)
Accesos de datos e internet (2)	2.324,5	2.281,5	(1,9%)
Banda ancha	2.104,0	2.072,2	(1,5%)
FTTx	805,5	1.151,6	43,0%
Accesos móviles	44.320,7	43.154,7	(2,6%)
Prepago	23.784,0	21.880,9	(8,0%)
Contrato	20.536,6	21.273,8	3,6%
M2M	787,8	1.027,0	30,4%
Accesos Clientes Finales	48.655,5	47.415,8	(2,5%)
Accesos Mayoristas	691,0	188,1	(72,8%)
Total Accesos	49.346,4	47.603,9	(3,5%)

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante 2017 Telefónica Alemania mantuvo un sólido pulso comercial en un entorno competitivo dinámico cada vez más enfocado en la oportunidad de monetización con mayores paquetes de datos. El uso de datos volvió a mostrar un crecimiento interanual significativo, tras la aceptación por parte de clientes nuevos y existentes de las promociones O2 Free 15 aniversario y el nuevo portfolio de O2 free.

La base de **accesos totales** decreció un 3,5% a nivel interanual y se situó en los 47,6 millones a finales de diciembre, impactado principalmente por el descenso del 2,6% en los clientes móviles (que cayeron a 43,2 millones).

Los accesos móviles de **contrato** crecieron un 3,6% a nivel interanual y alcanzaron los 21,3 millones de clientes, con un peso del 49,3% sobre la base móvil. La ganancia neta alcanzó 0,7 millones de accesos por mayor contratación de las segundas marcas asociadas (partners) y la creciente demanda de tarifas con mayor volumen de datos. La penetración de smartphones sobre la base móvil total alcanzó el 60,9%, con un crecimiento de 1,4 puntos porcentuales a nivel interanual, impulsada por el crecimiento de los clientes LTE (con un crecimiento del 31% a nivel interanual con una base de clientes de 15,8 millones) que reflejaron la continua demanda por parte de los clientes de un acceso móvil de mayor velocidad. La penetración de LTE sobre la base móvil total alcanzó el 37,4%.

Los accesos móviles de **prepago** decrecieron un 8,0% interanual hasta llegar a los 21,9 millones. El segmento prepago registró una pérdida neta de 1,9 millones de accesos en el año debido en parte al ajuste de 1,2 millones de clientes inactivos, por armonización de criterios técnicos tras la integración de sistemas, y a la implementación de cambios regulatorios (principalmente la necesidad de identificación de las tarjetas SIM prepago, así como requerimientos aplicables a los viajeros europeos).

Los accesos minoristas de banda ancha registraron una ganancia neta negativa de 31,8 mil accesos en el año. Los accesos de VDSL crecieron debido a la alta demanda con una ganancia neta de 346 mil accesos en 2017 (+19,9% a nivel interanual), mientras que los accesos mayoristas de banda ancha continuaron decreciendo conforme al plan de desmantelamiento previsto de la infraestructura antigua.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Alemania a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA ALEMANIA	2016	2017	%Var. Renortada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	7.503	7.296	(2,8%)	(2,8%)
Negocio Móvil	6.498	6.415	(1,3%)	(1,3%)
Ingresos de servicio móvil	5.437	5.287	(2,8%)	(2,8%)
Negocio Fijo	981	862	(12,2%)	(12,2%)
Otros ingresos	146	159	9,2%	9,2%
Aprovisionamientos	(2.452)	(2.396)	(2,3%)	(2,6%)
Gastos de personal	(646)	(642)	(0,6%)	(0,3%)
Otros gastos	(2.780)	(2.596)	(6,6%)	(6,6%)
OIBDA	1.771	1.821	2,8%	2,9%
Margen OIBDA	23,6%	25,0%	1,4 p.p.	1,4 p.p.
Amortizaciones	(2.200)	(1.954)	(11,2%)	(10,9%)
Resultado Operativo (OI)	(429)	(133)	(69,1%)	(85,3%)
CapEx	1.107	951	(14,2%)	(13,7%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	664	870	31,1%	27,4%

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Alemania se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2017/2016:

- **Gastos de reestructuración:** se excluyen los gastos de reestructuración asociados con procesos de simplificación en Telefónica Alemania. En 2017 los costes de reestructuración ascendieron a 82 millones de euros en OIBDA (89 millones de euros en 2016).
- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** la variación orgánica de CapEx excluye la adquisición de espectro radioeléctrico, que en 2017 ascendió a 1 millón de euros (6 millones de euros en 2016).
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** la base comparativa de 2016 excluye el resultado de cuatro meses obtenido por el negocio de torres traspasado a Telxius con fecha 1 de mayo de 2016, que ascendió a 12 millones de euros de impacto en OIBDA (11 millones de impacto en OpCF).

La siguiente tabla muestra las variaciones 2017/2016 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.



TELEFÓNICA ALEMANIA 2017	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)		
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	Cambio de Perímetro
Ventas y prestaciones de servicios	(2,8%)	(2,8%)	—	—	—
Otros ingresos	9,2%	9,2%	—	—	—
Aprovisionamientos	(2,3%)	(2,6%)	—	—	0,3
Gastos de personal	(0,6%)	(0,3%)	(0,3)	—	—
Otros gastos	(6,6%)	(6,6%)	(0,2)	—	0,1
OIBDA	2,8%	2,9%	0,4	—	(0,7)
CapEx	(14,2%)	(13,7%)	—	(0,5)	(0,1)
OpCF (OIBDA-CapEx)	31,1%	27,4%	1,1	0,8	(1,7)

Análisis de los resultados

Los **ingresos totales** ascendieron a 7.296 millones de euros, decreciendo de forma interanual un 2,8% en términos reportados debido principalmente a los menores ingresos del servicio.

Los **ingresos del servicio móvil** se situaron en 5.287 millones de euros, decreciendo un 2,8% interanual en términos reportados debido al impacto negativo de la regulación (bajada de las tarifas de interconexión y regulación europea de roaming), las tendencias de los OTT, así como el mayor peso de ingresos mayoristas y la continua rotación de la base de clientes antigua. Telefónica Alemania continuó con el foco en los ingresos de datos, que decrecieron un 0,2% y representan el 56% de los ingresos del servicio móvil en 2017. Los ingresos de datos Non-P2P SMS ascendieron a 2.398 millones de euros (+5,0% interanual) y representaron el 80,3% de los ingresos de datos móvil (+4,0 puntos porcentuales interanual).

Los **ingresos fijos** alcanzaron los 862 millones de euros, disminuyendo un 12,2% a nivel interanual debido a la menor base de clientes minoristas de DSL y el plan de desmantelamiento del negocio mayorista de DSL.

El **ARPU móvil** se situó en los 9,7 euros (-5,7% a nivel interanual) mientras que el ARPU de contrato totalizó 15,5 euros (-6,0% interanual) como resultado del impacto de la regulación, de la gran presión competitiva y del mayor peso de las segundas marcas asociadas sobre la base con el consiguiente cambio de peso de minorista a mayorista. El ARPU de datos fue 5,6 euros (-2,8% interanual).

TELEFÓNICA ALEMANIA	2016	2017	%Var.
Tráfico de voz (millones de minutos)	113.896	98.084	(13,9%)
ARPU (EUR)	10,3	9,7	(5,7%)
Prepago	5,7	5,2	(8,5%)
Contrato (1)	16,5	15,5	(6,0%)
ARPU de datos (EUR)	5,7	5,6	(2,8%)
% Ingresos no-SMS s/ing datos (2)	76,3%	80,3%	4.0 p.p.

(1) Excluye M2M.

(2) Los ingresos de datos móviles se han revisado desde el 1 de enero 2017, a efectos comparativos los ingresos de datos del 2016 se reportan bajo el mismo criterio.

El **OIBDA** alcanzó los 1.821 millones de euros en el 2017 con un crecimiento interanual en términos reportados del 2,8%. En términos orgánicos, el OIBDA crecería un 2,9% interanual, impulsado por la captura de las sinergias de integración (como consecuencia de la integración de las actividades después de la compra de E-Plus en 2014) y el rendimiento del capital por la venta de activos, que compensaron la caída de los ingresos del servicio como resultado del impacto de la regulación, así como la continua inversión comercial en el posicionamiento de la marca O2.

El **margen OIBDA** se situó en el 25,0% en el 2017, incrementando 1,4 puntos porcentuales en comparación con el 2016.



TELEFÓNICA BRASIL

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos en Telefónica Brasil a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS			
Miles de accesos	2016	2017	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija (1)	14.338,4	13.837,3	(3,5%)
Accesos de datos e internet (2)	7.383,2	7.534,5	2,0%
Banda ancha	7.311,0	7.466,1	2,1%
FTTx/Cable	4.145,8	4.541,0	9,5%
Accesos móviles	73.769,8	74.931,3	1,6%
Prepago	40.387,2	38.168,1	(5,5%)
Contrato	33.382,6	36.763,2	10,1%
M2M	5.005,1	6.312,5	26,1%
TV de Pago	1.712,7	1.587,7	(7,3%)
Accesos Clientes Finales	97.204,2	97.890,8	0,7%
Accesos Mayoristas	17,9	14,3	(20,4%)
Total Accesos	97.222,2	97.905,1	0,7%

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Telefónica Brasil cerró el año 2017 con una mejora de su posición competitiva en el mercado móvil. Así, en el negocio móvil, Telefónica mantuvo el liderazgo en los segmentos de mayor valor, lo que permitió a la operadora capturar crecimiento de los ingresos del mercado móvil en 2017. En el negocio fijo, la transformación hacia los clientes de valor resultó en un incremento de la fibra en banda ancha y el IPTV en Televisión.

La evolución de los ingresos y el OIBDA se vio positivamente soportada por la expansión en la rentabilidad principalmente por la aceleración en la adopción de los datos móviles y el buen comportamiento de la fibra y de IPTV. Adicionalmente, Telefónica Brasil continuó con las medidas de control de costes y siguieron generándose beneficios asociados a la consecución de sinergias con GVT, que permitieron compensar los impactos negativos asociados a una situación política adversa en Brasil, a la agresividad de la competencia y al empeoramiento del negocio fijo tradicional.

No obstante, los resultados del 2017 se vieron afectados de forma adversa por la reducción de las tarifas de interconexión en el negocio móvil (-45,6%), minorista fijo-móvil (-17,7%), fija local (-35,3%) y fija interurbana (-50,9%), todas ellas desde el 25 de febrero de 2017.

Telefónica Brasil alcanzó 97,9 millones de accesos a 31 de diciembre de 2017, un 0,7% superior a diciembre de 2016.

En el **negocio móvil**, la estrategia siguió enfocada en ganar y mantener clientes de alto valor alcanzando una cuota de mercado de contrato de 41,8% a 31 de diciembre de 2017 (fuente: ANATEL), donde se conserva el claro liderazgo. Telefónica Brasil mantuvo el liderazgo en los accesos totales con una cuota de mercado de accesos del 31,7% a 31 de diciembre de 2017 (fuente: ANATEL) debido al crecimiento de los clientes de contrato (10,1% interanual), compensando así la caída de los clientes prepago (-5,5% interanual). La mejora en los clientes de contrato reflejó las ofertas más atractivas para los clientes, con más planes de datos incorporando determinadas aplicaciones en los paquetes, con planes especiales de roaming para contrato puro.

En el **negocio fijo**, la compañía mantuvo su foco estratégico en el despliegue de fibra, alcanzando 18,4 millones de unidades inmobiliarias pasadas con acceso FTTx a 31 de diciembre de 2017 y 4,5 millones de hogares conectados. Los accesos tradicionales decrecieron un 3,5% debido a la migración fijo-móvil. Los accesos minoristas de banda ancha se situaron en 7,5 millones de accesos a final de 2017, creciendo un 2,1% interanual. De los 7,5 millones de accesos de banda ancha a finales de diciembre de 2017, el 61% estaban conectados con



FTTx. Los clientes de TV de pago a cierre de diciembre de 2017 alcanzaron 1,6 millones, que disminuyeron un 7,3% interanualmente debido a la discontinuación del negocio de DTH y una actividad comercial basada en captación de clientes de valor de IPTV. Los accesos de IPTV incrementaron su relevancia, representando un 24% del total de accesos de TV de Pago.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Brasil a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA BRASIL	2016	2017	%Var. eportada	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	11.090	12.019	8,4%	1,4%
Negocio Móvil	6.663	7.360	10,5%	3,7%
Ingresos de servicio móvil	6.351	7.062	11,2%	4,4%
Negocio Fijo	4.427	4.659	5,2%	(2,1%)
Otros ingresos	348	358	2,9%	(3,6%)
Aprovisionamientos	(2.260)	(2.268)	0,4%	(6,2%)
Gastos de personal	(1.165)	(1.196)	2,6%	(1,2%)
Otros gastos	(4.311)	(4.722)	9,5%	1,7%
OIBDA	3.702	4.191	13,2%	6,0%
Margen OIBDA	33,4%	34,9%	1,5 p.p.	1,5 p.p.
Amortizaciones	(2.036)	(2.228)	9,4%	2,6%
Resultado Operativo (OI)	1.666	1.963	17,9%	10,0%
CapEx	2.137	2.225	4,1%	(0,1%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.566	1.966	25,5%	13,6%

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como "orgánicas" o presentadas en "términos orgánicos" intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Brasil se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2017/2016:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2016 para los dos años.
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** la base comparativa de 2016 incluye el impacto de seis meses de la consolidación de Terra Networks Brasil en el segmento con un impacto en OIBDA de 14 millones de euros y 13 millones en OpCF, y excluye el resultado de tres meses obtenido por el negocio de torres traspasado a Telxius con fecha 1 de abril de 2016, que ascendió a 4 millones de euros de impacto en OIBDA y en OpCF.
- **Gastos de reestructuración:** se excluyen los gastos de reestructuración asociados con procesos de simplificación en Telefónica Brasil. En 2016 los costes de reestructuración ascendieron a 40 millones de euros. En el 2017 no hubo costes asociados.
- **Resultados de venta de torres:** se excluye el resultado obtenido por la venta de torres en 2017 y 2016 (107 miles de euros en 2017 y 100 miles de euros en 2016).

- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico (48 millones de euros en 2016).
- **Contingencias:** se excluye el impacto de la provisión de determinadas contingencias regulatorias en 2017 en Telefónica Brasil por importe de 50 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2017/2016 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA BRASIL 2017	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)					
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio	Cambio de Perímetro	Gastos de reestructuración	Venta de Torres	Adquisición de espectro	Contingencias
Ventas y prestaciones de servicios	8,4%	1,4%	6,7	0,3	—	—	—	—
Otros Ingresos	2,9%	(3,6%)	(6,4)	(0,1)	—	—	—	—
Aprovisionamientos	0,4%	(6,2%)	6,2	0,4	—	—	—	—
Gastos de Personal	2,6%	(1,2%)	6,4	0,8	(3,5)	—	—	—
Otros Gastos	9,5%	1,7%	6,8	—	—	—	—	1,1
OIBDA	13,2%	6,0%	7,0	0,3	1,1	—	—	(1,3)
CapEx	4,1%	(0,1%)	6,5	0,1	—	—	(2,3)	—
OpCF (OIBDA-CapEx)	25,5%	13,6%	7,8	0,6	2,6	—	3,1	(3,0)

Análisis de los resultados

Los **ingresos** del 2017 ascendieron a 12.019 millones de euros y aumentaron un 8,4% en términos reportados, beneficiándose de la apreciación del real brasileño (que representó 6,7 puntos porcentuales de la evolución) y los cambios en el perímetro de consolidación (+0,3 puntos porcentuales). En términos orgánicos, el crecimiento interanual de 1,4% se explicaría principalmente por la buena evolución del negocio móvil (+3,7% interanual), a pesar del impacto regulatorio negativo por la bajada de la tarifa de interconexión.

- Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron a 7.360 millones de euros en el ejercicio 2017, con crecimiento hasta el 10,5% en términos reportados debido principalmente a la apreciación del real brasileño (que representó 6,9 puntos porcentuales de la evolución). Excluyendo este impacto, los ingresos del negocio móvil se incrementaron un 3,7%, impulsados por la evolución positiva de los ingresos del servicio (+4,4% interanual), gracias al mayor peso de los clientes de contrato que generalmente usan más datos y otros servicios sobre la conectividad que compensaron tanto la bajada de tarifas de interconexión como la caída de los ingresos de prepago asociada a la caída del parque. Los ingresos por venta de terminales decrecieron 4,5% en términos reportados debido a la menor actividad comercial, enfocada a clientes de mayor valor.
- Los ingresos del **negocio fijo** ascendieron a 4.659 millones de euros aumentando su crecimiento un 5,2% en términos reportados debido principalmente al impacto de la apreciación del real brasileño (que supuso 6,5 puntos porcentuales de la evolución) y al impacto de la consolidación de Terra Networks Brasil (0,8 puntos porcentuales) que compensó el impacto regulatorio de la bajada de las tarifas de voz minorista fijo-móvil y fijo-fijo en los ingresos de voz y accesos así como por la caída del tráfico de voz. Excluyendo estos impactos, los ingresos disminuyeron un 2,1% principalmente debido al impacto regulatorio de estas tarifas y la caída del tráfico de voz, que más que compensó el crecimiento de los ingresos de banda ancha y nuevos servicios que presentaron un aumento del 8,3% interanual orgánico apoyado en el crecimiento de los ingresos de fibra provenientes de clientes de alto valor.

El **ARPU** móvil presentó un crecimiento interanual del 7,8% en términos reportados debido principalmente a la mayor calidad de los accesos y a la expansión de los datos junto con el efecto de la apreciación del real



brasileño. En términos orgánicos, el ARPU creció un 2,6% interanual apoyado en el crecimiento del ARPU de datos que permitió compensar el impacto negativo de la reducción de las tarifas de interconexión.

TELEFÓNICA BRASIL	2016	2017	%Var.	%Var. Moneda Local
Tráfico de voz (millones de minutos)	373.074	333.752	(10,5%)	(10,5%)
ARPU móvil (EUR)	7,1	7,7	7,8%	2,6%
Prepago	3,4	3,7	11,1%	(3,4%)
Contrato (1)	12,9	14,4	11,2%	1,5%
ARPU de datos (EUR)	3,5	5,4	55,0%	32,4%
% Ingresos no-SMS s/ing datos (2)	89,3%	92,2%	2.9 p.p.	3.0 p.p.

(1) Excluye M2M.

(2) Los ingresos de datos móviles se han revisado desde el 1 de enero 2017, a efectos comparativos los ingresos de datos del 2016 se reportan bajo el mismo criterio.

El **OIBDA** se situó en 4.191 millones de euros en 2017, aumentando un 13,2% en términos reportados. Esta evolución se vio afectada por el impacto de la apreciación del real brasileño (+7,0 puntos porcentuales) y los cambios en el perímetro de consolidación (+0,3 puntos porcentuales). En términos orgánicos, la variación interanual fue del 6,0% debido a la mejora en los ingresos de contrato y fibra y la eficiencia en costes y las mayores sinergias por la consolidación de GVT en 2015. Los gastos de personal alcanzaron 1.196 millones de euros en 2017, creciendo un 2,6% en términos reportados, principalmente por el impacto de la apreciación del real brasileño. En términos orgánicos, los gastos de personal decrecerían un 1,2% interanual debido a las eficiencias asociadas a los ahorros de las reestructuraciones que se llevaron a cabo en el 2016. Por otro lado, los gastos de aprovisionamientos se redujeron (-6,2% en términos orgánicos) gracias al impacto positivo de la reducción de las tarifas de interconexión y las sinergias logradas por la consolidación de GVT en 2015 principalmente en el coste de contenidos.

El **margen OIBDA** alcanzó el 34,9% aumentando en términos reportados y orgánicos 1,5 puntos porcentuales respecto a 2016.

TELEFÓNICA HISPAM NORTE

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Hispam Norte a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS

Miles de accesos	2016 (*)	2017 (*)	%Var.
Accesos de telefonía fija (1) (2)	3.639,3	3.554,7	(2,3%)
Accesos de datos e internet (2) (3)	993,4	1.229,2	23,7%
Banda ancha	968,0	1.199,9	24,0%
FTTx/cable	27,1	126,8	368,7%
Accesos móviles	68.200,9	66.788,6	(2,1%)
Prepago	59.085,9	57.190,7	(3,2%)
Contrato	9.115,0	9.597,9	5,3%
M2M	1.514,2	1.686,7	11,4%
TV de Pago	983,7	982,1	(0,2%)
Accesos Clientes Finales	73.817,3	72.554,6	(1,7%)
Total Accesos	73.857,6	72.565,4	(1,7%)

(*) Datos reexpresados.

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) Tras la cancelación de la deuda del contrato de explotación con el PARAPAT en Colombia, a partir del 1 de octubre se han consolidado las filiales de Telebucaramanga, Metrotel y Optecom en el negocio fijo.

(3) También denominado accesos de banda ancha fija.

La tabla incluye los accesos de Telefónica Guatemala (3,3 millones y 3,2 millones de accesos totales a diciembre de 2016 y 2017 respectivamente) y de El Salvador (2,4 millones y 2,0 millones de accesos totales a diciembre de 2016 y 2017 respectivamente). El 24 de enero 2019, Telefónica ha llegado a un acuerdo de venta por las operaciones en Guatemala. Adicionalmente, la venta de las operaciones de Telefónica en El Salvador está pendiente.

Los **accesos** totales alcanzaron los 72,6 millones a diciembre de 2017 (-1,7% interanual).

Los **accesos móviles** cayeron un 2,1% interanualmente hasta 66,8 millones de clientes debido a una menor base de clientes prepago.

- Los accesos de **contrato** crecieron un 5,3% interanualmente, principalmente debido a la buena evolución de México (+13,0%), Centro América (+13,9%) y Colombia (+4,0%) que compensó los menores clientes en Venezuela (-2,1%) y Ecuador (-2,0%).
- Los accesos de **prepago** disminuyeron un 3,2% interanualmente con una ganancia neta negativa de 1,9 millones de accesos a 31 de diciembre de 2017, principalmente debido a la evolución de México (-1,7 millones de accesos) y Venezuela (-0,5 millones de accesos), parcialmente compensados por Colombia (+0,7 millones de accesos). Los menores accesos fueron resultado principalmente de la intensa competencia en el mercado y el continuado foco del Grupo en atraer clientes de alto valor.
- Los **smartphones** crecieron un 4,0% interanualmente a 31 de diciembre de 2017, alcanzando 29,7 millones de accesos (+1,1 millones comparado con diciembre de 2016) con una penetración sobre los accesos móviles del 44% (+2,6 puntos porcentuales interanual), creciendo en todos los países de la región excepto México (-3,2%) y Venezuela (-3,0%). Adicionalmente, los accesos con terminales 4G crecieron un 87%, alcanzando 13,6 millones de accesos a final del año 2017.

Los accesos de **telefonía fija** alcanzaron los 3,6 millones a 31 de diciembre de 2017 (-2,3% interanual), con una ganancia neta negativa de -0,1 millones de accesos, debido a la erosión del negocio fijo tradicional que más que compensó la inclusión de 0,3 millones de accesos en Colombia de Tele-Bucaramanga y MetroTel en 2017.



Los accesos de **banda ancha fija** alcanzaron los 1,2 millones a 31 diciembre de 2017 (+24,0% interanual), principalmente por la inclusión de 236 mil accesos en Colombia de Tele-Bucaramanga y MetroTel. La penetración de clientes de banda ancha sobre el total de accesos alcanzó un 31% (+7,2 puntos porcentuales interanual), enfocados en el despliegue de accesos de UBB en la región, alcanzando 0,7 millones de unidades inmobiliarias pasadas y 0,1 millones de clientes conectados, casi todos ellos conectados durante el 2017. La penetración de accesos UBB sobre el total de accesos de banda ancha fija alcanzó un 11% (+8 puntos porcentuales interanual).

Los accesos de **televisión de pago** alcanzaron 1 millón sin cambios prácticamente frente al año anterior con evoluciones positivas en Colombia (+12 mil accesos) y Centro América (+9 mil accesos), que fueron compensadas por la evolución de Venezuela (-23 mil accesos).

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Hispam Norte a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA HISPAM NORTE	2016 (*)	2017 (*)	R	%Var. Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	4.711	4.331		
Negocio Móvil	3.881	3.595	(8,1%)	25,4%
Ingresos de servicio móvil	3.488	3.089	(11,4%)	26,8%
Negocio Fijo	831	736	(11,4%)	13,8%
Otros ingresos	128	114	(10,9%)	(13,2%)
Aprovisionamientos	(1.527)	(1.385)	(9,3%)	1,4%
Gastos de personal	(431)	(375)	(13,0%)	55,5%
Otros gastos	(1.768)	(1.422)	(19,5%)	15,5%
OIBDA	1.113	1.263	13,5%	51,7%
Margen OIBDA	23,6%	29,2%	5,5 p.p.	6,0 p.p.
Amortizaciones	(1.112)	(992)	(10,8%)	4,0%
Resultado Operativo (OI)	1	271	n.s.	n.s.
CapEx	878	1.264	43,9%	22,9%
OpCF (OIBDA-CapEx)	235	(1)	n.s.	n.s.

n.s.: no significativo

(*) Datos reexpresados.

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Hispam Norte se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2017/2016:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio e hiperinflación en Venezuela:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2016 para los dos años. Asimismo, se excluye el impacto de los ajustes por hiperinflación en Venezuela, revirtiendo los ajustes registrados.
- **Cambios de perímetro de consolidación:** se excluye el resultado obtenido en 2017 de las compañías colombianas Telebucaramanga, Metrotel y Optecom desde octubre de 2017 con un resultado positivo de 4 millones de euros en OIBDA (antes de gastos por reestructuración).



- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2017 y 2016 por importe de 24 y 18 millones de euros, respectivamente, de impacto en OIBDA.
- **Resultado de la venta de torres:** se excluye el resultado obtenido en la venta de torres en 2017 y 2016 por importe de 7 millones de euros y 478 miles de euros, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2017 que ascendió a 510 millones de euros (470 millones de euros, en Colombia).
- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro de fondos de comercio. En 2016, se excluyó el deterioro de los fondos de comercio asignados a Telefónica Venezolana y Telefónica Móviles México, por importe de 124 y 91 millones de euros, respectivamente.
- **Otros ajustes:** se excluye el resultado positivo de la actualización de las tarifas en Telefónica Venezuela en el último trimestre (6 millones de euros en ingresos y 2 millones de euros en OIBDA reportados en 2017).

La siguiente tabla muestra las variaciones 2017/2016 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA HISPAM NORTE 2017	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)						
	% Var. R reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio e hiperinflación	Gastos de reestructuración	Venta de Torres	Adquisición de espectro	Deterioro de fondo de comercio	Cambio de Perímetro	Otros ajustes
Ventas y prestaciones de servicios	(8,1%)	25,4%	(33,3)	--	--	--	--	0,5	0,1
Otros ingresos	(10,9%)	(13,2%)	(3,9)	--	5,2	--	--	0,8	--
Aprovisionamientos	(9,3%)	1,4%	(11,3)	--	--	--	--	0,6	--
Gastos de personal	(13,0%)	55,5%	(66,2)	1,7	--	--	--	0,9	--
Otros gastos	(19,5%)	15,5%	(42,7)	--	--	--	(12,2)	0,4	21,9
OIBDA	13,5%	51,7%	(66,9)	(0,6)	0,6	--	19,3	0,3	0,2
CapEx	43,9%	22,9%	(37,6)	--	--	58,2	--	0,9	--
OpCF (OIBDA-CapEx)	c.s.	n.s.	(176,4)	(2,8)	2,6	(217,5)	91,4	(1,6)	0,8

c.s: cambio de signo

n.s: no significativo

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 4.331 millones de euros en 2017, decreciendo un 8,1% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se vio afectado principalmente por los tipos de cambio e hiperinflación en Venezuela que restó 33,3 puntos porcentuales. En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 25,4% interanual, debido al buen comportamiento de los ingresos de datos, tanto móviles como fijos, al incremento de los ingresos de televisión y al incremento de la venta de terminales, a pesar de las bajadas de interconexión.

- Los **ingresos de servicio móvil** ascendieron a 3.089 millones de euros en 2017, decreciendo un 11,4% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se vio afectado principalmente por los tipos de cambio e hiperinflación en Venezuela que restó 38,3 puntos porcentuales. Excluyendo este efecto, estos ingresos crecerían un 26,8%. El comportamiento de los ingresos del servicio móvil por país fue el siguiente:
 - en México, los ingresos del servicio ascendieron a 1.102 millones de euros en 2017, decreciendo un 11,6% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se debió parcialmente al tipo



de cambio que restó 2,8 puntos porcentuales al crecimiento. Excluyendo este efecto, estos ingresos decrecerían un 8,8%, principalmente debido al comportamiento de los ingresos prepago asociado a la evolución del parque que disminuyó un 7,1% interanual, que más que compensaron el impacto positivo resultado de los acuerdos de interconexión del primer semestre de 2016 (37 millones de euros).

- en Colombia, los ingresos del servicio ascendieron a 768 millones de euros en 2017, creciendo un 3,4% en términos reportados, afectados por el tipo de cambio que aportó 1,4 puntos porcentuales del crecimiento. En moneda local, estos ingresos crecieron un 2,0% gracias al incremento de tarifas y las mejoras en nuestras ofertas dirigidas a clientes de mayor valor.
- Los **ingresos de datos** en el segmento ascendieron a 1.678 millones de euros en 2017 creciendo un 7,6% interanual en términos reportados impulsados por el crecimiento de los ingresos de datos de todos los países de la región. Este crecimiento estuvo fuertemente impactado por los tipos de cambio y la hiperinflación de Venezuela (que restó 69,7 puntos porcentuales al crecimiento). Aislado este efecto, estos ingresos crecerían un 77,4% interanual.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 736 millones de euros en 2017, decreciendo un 11,4% interanual en términos reportados. Excluyendo el efecto de los tipos de cambio e hiperinflación en Venezuela (-25,2 puntos porcentuales) y el cambio de perímetro de consolidación de las compañías colombianas de Telebucaramanga, Metrotel y Optecom (+2,7 puntos porcentuales), estos ingresos crecerían un 13,8%, impulsados por el crecimiento de los ingresos de televisión y banda ancha fija que más que compensaron el descenso de los ingresos de acceso y voz.

El **OIBDA** se situó en 1.263 millones de euros en 2017, creciendo un 13,5% en términos reportados, principalmente al deterioro del fondo de comercio registrado en el año 2016 (+19,3 puntos porcentuales), que más que compensó el efecto tipo de cambio e hiperinflación en Venezuela (que restó 66,9 puntos porcentuales al crecimiento reportado) y los gastos de reestructuración llevados a cabo por la compañía (que restó 0,6 puntos porcentuales al crecimiento reportado). El OIBDA en términos orgánicos crecería un 51,7%, debido al crecimiento de los ingresos a pesar de los mayores gastos de interconexión, red y sistemas. Este incremento de gastos se debió principalmente a:

- mayores gastos de aprovisionamientos debido a las mayores compras de equipamientos fijos en México y Centroamérica, y mayores compras de terminales móviles en la región salvo Centroamérica que compensaron los menores gastos de interconexión de la región;
- mayores gastos de personal impulsados por el aumento de la inflación en algunos países de la región, lo que no consiguió ser compensado con los ahorros derivados de los planes de reestructuraciones que se hicieron el año pasado. Los planes de reestructuración en 2017 ascendieron a 24 millones de euros afectando principalmente a México, Centroamérica, y Colombia.
- mayores gastos de red especialmente en México, Colombia y Centroamérica por la ampliación de las redes fijas y móviles y de la depreciación de las divisas de estos países respecto al dólar estadounidense;

A continuación, información adicional por país:

- México: el OIBDA se situó en 302 millones de euros en 2017, decreciendo un 2,2% en términos reportados, afectado por el tipo de cambio que restó 3,1 puntos porcentuales. En moneda local, el OIBDA aumentó un 0,9% reflejando la evolución de ingresos prepago, así como el impacto positivo de los acuerdos de interconexión del primer trimestre de 2016 y eficiencias en costes. Mayores gastos de personal por el plan de adecuación de plantilla de la compañía.
- Colombia: el OIBDA se situó en 482 millones de euros en 2017, aumentando un 3,7% en términos reportados parcialmente afectado por la evolución del tipo de cambio que aportó 1,4 puntos porcentuales. En moneda local, la variación interanual aumentó un 2,3%, gracias a la buena evolución de los ingresos, así como los menores aprovisionamientos asociados a las bajadas de interconexión y las eficiencias en resto de gastos. Mayores gastos de personal por el plan de adecuación de plantilla de la compañía.

El **margen OIBDA** se situó en el 29,2% en 2017, con un crecimiento interanual de 5,5 puntos porcentuales en términos reportados, si bien aislando el efecto del tipo de cambio y la hiperinflación de Venezuela el margen crecería 6,0 puntos porcentuales, con subida de márgenes en todas las operadoras de la región.

TELEFÓNICA HISPAM SUR

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Hispam Sur a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

ACCESOS			
Miles de accesos	2016 (*)	2017 (*)	%Var.
Accesos de telefonía fija (1)	8.299,3	7.938,5	(4,3%)
Accesos de datos e internet (2)	4.714,5	4.656,1	(1,2%)
Banda ancha	4.602,7	4.535,4	(1,5%)
FTTx/cable	1.082,1	1.656,2	53,1 %
Accesos móviles	47.083,7	43.775,1	(7,0%)
Prepago	30.375,3	27.631,8	(9,0%)
Contrato	16.708,3	16.143,3	(3,4%)
M2M	1.047,2	1.199,8	14,6%
TV de Pago	1.935,6	2.050,3	5,9%
Accesos Clientes Finales	62.033,0	58.419,9	(5,8%)
Total Accesos	62.059,1	58.445,9	(5,8%)

(*) Datos reexpresados.

(1) Incluye los accesos "fixed wireless" y de voz sobre IP.

(2) También denominado accesos de banda ancha fija.

Los **accesos** totales alcanzaron 58,4 millones a diciembre 2017 (-5,8% interanual).

Los **accesos móviles** cayeron un 7,0% interanualmente hasta los 43,8 millones de accesos debido a una menor base de clientes prepago.

- Los accesos de **contrato** decrecieron un 3,4% interanualmente, principalmente debido a la mala evolución de Perú (-17,5%), que se enfrentó a un entorno competitivo complicado, compensando las buenas evoluciones de Argentina (+4,9%), Chile (+13,0%) y Uruguay (+1,1%).
- Los accesos de **prepago** disminuyeron un 9,0% interanualmente con una ganancia neta negativa de 2,7 millones de accesos a 31 de diciembre de 2017, principalmente debido a la evolución de Argentina (-1,9 millones de accesos) y Perú (-0,8 millones de accesos) con Chile y Uruguay también reduciendo sus accesos, pero con un impacto mucho menor. Los menores accesos fueron resultado principalmente de la intensa competencia en el mercado y el continuado foco del Grupo en atraer clientes de alto valor.
- Los **smartphones** crecieron un 23,2% interanualmente a 31 de diciembre de 2017, alcanzando 21,7 millones de accesos (+4,1 millones comparado con diciembre de 2016) con una penetración sobre los accesos móviles del 49% (+12,1 puntos porcentuales interanual), creciendo en todos los países de la región. Adicionalmente, los accesos con terminales 4G crecieron un 68%, alcanzando los 13,8 millones de accesos a final del año 2017.

Los accesos de **telefonía fija** alcanzaron los 7,9 millones a 31 de diciembre de 2017 (-4,3% interanual), con una ganancia neta negativa de 0,4 millones de accesos, debido a la erosión del negocio fijo tradicional.

Los accesos de **banda ancha fija** alcanzaron los 4,5 millones a 31 de diciembre de 2017 (-1,5% interanual), principalmente por menores accesos en Argentina (-10,1%), conforme la operación se enfocó en clientes de fibra (clientes de alto valor), afectando al negocio del cobre. Este decrecimiento compensó la buena evolución



de Perú (+6,2%) y Chile (+1,7%). La penetración de clientes de banda ancha sobre el total de accesos alcanzó un 57% (+1,7 puntos porcentuales interanual), enfocados en el despliegue de accesos de UBB en la región, alcanzando los 6,1 millones de unidades inmobiliarias pasadas y 1,7 millones de clientes conectados (+53,1% interanual). La penetración de accesos UBB sobre el total de accesos de banda ancha fija alcanzó un 37% (+13 puntos porcentuales interanual).

Los accesos de **televisión de pago** alcanzaron los 2 millones (+5,9% interanual) registrando una ganancia neta de 0,1 millones de accesos con evoluciones positivas en los dos países de la región que ofrecen este servicio: Perú (+7,2%) y Chile (+3,6%).

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Hispam Sur a 31 de diciembre 2016 y 2017 respectivamente:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA HISPAM SUR	2016 (*)	2017 (*)	R	%Var. eportada Orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	7.870	8.218		
Negocio Móvil	4.697	4.993		4,4%
Ingresos de servicio móvil	4.140	4.319		4,3%
Negocio Fijo	3.173	3.225		1,6%
Otros ingresos	146	160		9,5%
Aprovisionamientos	(2.194)	(2.288)		4,3%
Gastos de personal	(1.156)	(1.269)		9,7%
Otros gastos	(2.306)	(2.546)		10,4%
OIBDA	2.360	2.275		(3,6%)
Margen OIBDA	30,0%	27,7%	(2,3 p.p.)	(1,9 p.p.)
Amortizaciones	(1.075)	(1.198)		11,4%
Resultado Operativo (OI)	1.285	1.077		(16,2%)
CapEx	1.737	1.414		(18,6%)
OpCF (OIBDA-CapEx)	623	861		38,0%

(*) Datos reexpresados.

(1) Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como “orgánicas” o presentadas en “términos orgánicos” intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Hispam Sur se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2017/2016:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2016 para los dos años.
- **Cambios de perímetro de consolidación:** se excluye el resultado obtenido en 2016 por el negocio de torres traspasado a Telxius (con fecha 1 de abril de 2016 para Telefónica Perú y 1 de mayo de 2016 en el caso de Telefónica Chile), con impacto de 3 millones de euros en OIBDA y de 2 millones en euros en OpCF.
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2017 y 2016 por importe de 79 y 66 millones de euros, respectivamente, de impacto en OIBDA.

- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2017 y 2016 por importe de 27 millones de euros (en Uruguay) y 284 millones de euros (en Perú), respectivamente.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** en la variación orgánica se excluye el resultado positivo o negativo obtenido en la venta de compañías. En 2016 se excluyó el resultado positivo en la venta de Telefó en Argentina por importe de 15 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2017/2016 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELFÓNICA HISPAM SUR 2017	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)				
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	Efecto tipo de cambio	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	Resultado en venta de empresas	Cambio de Perímetro
Ventas y prestaciones de servicios	4,4%	9,4%	(4,9)	--	--	--	--
Otros ingresos	9,5%	23,8%	(2,0)	--	--	(10,0)	--
Aprovisionamientos	4,3%	6,8%	(2,7)	--	--	--	0,1
Gastos de personal	9,7%	18,0%	(8,9)	1,6	--	--	--
Otros gastos	10,4%	15,7%	(5,3)	--	--	--	--
OIBDA	(3,6%)	2,4%	(4,6)	(0,8)	--	(0,6)	(0,1)
CapEx	(18,6%)	0,2%	(3,9)	--	(14,8)	--	0,0
OpCF (OIBDA-CapEx)	38,0%	5,9%	(6,6)	(3,0)	41,3	(2,3)	(0,4)

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 8.218 millones de euros en 2017, creciendo un 4,4% interanual en términos reportados. Este crecimiento se vio afectado principalmente por el buen comportamiento de los ingresos móviles y fijos y al incremento de la venta de terminales, que compensaron el efecto de los tipos de cambio (que restó 4,9 puntos porcentuales) y las bajadas de tarifas de interconexión. En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 9,4% interanual.

- Los **ingresos de servicio móvil** ascendieron a 4.319 millones de euros en 2017, creciendo un 4,3% interanual en términos reportados, debido principalmente a la buena evolución en Argentina. Excluyendo el efecto de los tipos de cambio, que restó 5,4 puntos porcentuales al crecimiento interanual, estos ingresos crecerían un 9,8%. El comportamiento de los ingresos del servicio móvil por país fue el siguiente:
 - en Argentina, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 1.966 millones de euros en 2017, creciendo un 20,8% interanual en términos reportados. Este crecimiento se vio afectado por la adecuación de tarifas, mayor consumo en contrato y mayor parque recargador y volumen de recargas en prepago, que más que compensaron el efecto de tipo de cambio (que restó 16,6 puntos porcentuales al crecimiento). Excluyendo este efecto, los ingresos crecerían un 37,4%.
 - en Chile, los ingresos del servicio ascendieron a 1.069 millones de euros en 2017, decreciendo un 3,0% interanual en términos reportados, debido principalmente a menores ingresos de salida móvil, afectados por un contexto competitivo agresivo que indujo la implementación de planes de reposicionamiento de nuestra oferta y por los menores ingresos BAF, debido al alto nivel de competencia que condicionó el crecimiento de ARPU y de parque (impactado negativamente por nivel de churn). Estos factores más que compensaron el impacto positivo del efecto tipo de cambio. En moneda local, estos ingresos decrecieron un 5,1%.
 - en Perú, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 1.072 millones de euros en 2017, y decrecieron un 11,1% interanual en términos reportados debido principalmente a la reducción



de los ingresos tanto en prepago como en contrato debido a la mayor competencia en el mercado lanzando planes ilimitados de voz y datos, altos subsidios y portabilidad con descuentos del 50%, que resultó en una pérdida neta de clientes, así como menores niveles de ARPU. Estos factores más que compensaron el impacto positivo del tipo de cambio. En moneda local, estos ingresos decrecieron un 12,5%.

- Los **ingresos de datos** en el segmento ascendieron a 2.442 millones de euros en 2017, creciendo un 12,9% interanual en términos reportados impulsados por el crecimiento de los ingresos de datos de Argentina. Este crecimiento estuvo fuertemente impactado por los tipos de cambio (que restó 6,3 puntos porcentuales al crecimiento). Aislado este efecto, estos ingresos crecerían un 19,2% interanual.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 3.225 millones de euros en 2017, creciendo un 1,6% interanual en términos reportados. Excluyendo el efecto de los tipos de cambio (-4,0 puntos porcentuales), estos ingresos crecerían un 5,7%, impulsados por el crecimiento de los ingresos de acceso y voz, televisión y banda ancha fija. El principal país que explicó la aceleración del negocio fijo es Argentina con fuerte crecimiento de los ingresos de banda ancha debido a la adecuación de las tarifas, mejora en las velocidades y mayor calidad de la base de clientes.

El **OIBDA** se situó en 2.275 millones de euros en 2017, decreciendo un 3,6% en términos reportados, afectado principalmente por el tipo de cambio (que restó 4,6 puntos porcentuales al crecimiento reportado) y los gastos de reestructuración llevados a cabo por la compañía (que restó 0,8 puntos porcentuales al crecimiento reportado). El OIBDA en términos orgánicos crecería un 2,4%, debido al crecimiento de los ingresos a pesar de los mayores gastos de interconexión, red y sistemas. Este incremento de gastos se explica por:

- mayores gastos de aprovisionamientos debido a las mayores compras de equipamientos fijos en Chile, asociado a proyectos como las elecciones de 2017 (Telefónica proporcionó el equipamiento y el mantenimiento para el proceso mencionado), y mayores gastos de interconexión de Argentina y Perú;
- mayores gastos de personal impulsados por el aumento de la inflación en Argentina, lo que no consiguió ser compensado con los ahorros derivados de los planes de reestructuraciones que se hicieron en 2017. Los planes de reestructuración en 2017 ascendieron a 78 millones de euros afectando principalmente a Argentina, Perú y Chile;
- mayores gastos de red especialmente en Argentina por la ampliación de las redes fijas y móviles, mayores gastos de sistemas en Argentina, Chile y Perú y el impacto de la inflación y de la depreciación del peso respecto al dólar estadounidense.

A continuación, información adicional por país:

- Argentina: El OIBDA se situó en 971 millones de euros en 2017, creciendo un 21,8% en términos reportados. El tipo de cambio redujo el crecimiento en 16,7 puntos porcentuales, de manera que en moneda local la variación interanual fue de un 38,5%, gracias al buen comportamiento de los ingresos que compensaron los mayores gastos afectados por la inflación. Mayores gastos de personal por el plan de adecuación de plantilla de la compañía y mayores gastos de interconexión por adecuación de tarifas.
- Chile: el OIBDA se situó en 630 millones de euros en 2017, decreciendo un 10,5% en términos reportados afectados en menor medida por la evolución del tipo de cambio que restó 2,0 puntos porcentuales. Aislado este efecto, el OIBDA decrecería en moneda local un 12,4%, explicado por la reducción de ingresos comentada anteriormente. Mayores gastos de personal por el plan de adecuación de plantilla de la compañía.
- Perú: el OIBDA se situó en 588 millones de euros en 2017, disminuyendo 24,5% en términos reportados afectado por la evolución positiva del tipo de cambio que aportó 1,2 puntos porcentuales. En moneda local, la variación interanual disminuyó un 25,7%, afectado por la reducción de los ingresos del servicio. Mayores gastos de personal por el plan de adecuación de plantilla de la compañía.

El margen OIBDA se situó en el 27,7% en 2017, con un decrecimiento interanual de 2,3 puntos porcentuales en términos reportados, si bien aislando el efecto del tipo de cambio el margen decrecería 1,9 puntos porcentuales, debido a la evolución en Perú (-5,8 puntos porcentuales) y Chile (-3,7 puntos porcentuales) que reflejaron caídas de margen.





riesgos

4

Riesgos

102-15

Riesgos e incertidumbres a los que se enfrenta la Compañía

El negocio del Grupo Telefónica se ve condicionado tanto por factores exclusivos del Grupo, como por factores que son comunes a cualquier empresa de su sector. Los riesgos e incertidumbres más significativos a los que se enfrenta la Compañía y que podrían afectar a su negocio, a su situación financiera y a sus resultados, deben ser considerados conjuntamente con la información recogida en los estados financieros consolidados:

El deterioro del entorno económico o político puede afectar negativamente al negocio de Telefónica.

La presencia internacional de Telefónica permite la diversificación de su actividad en diversos países y regiones, pero expone a Telefónica a distintas legislaciones, así como al entorno político y económico de los países en los que opera. Desarrollos adversos en estos países, la mera incertidumbre o posibles variaciones en los tipos de cambio o en el riesgo soberano pueden afectar negativamente al negocio de Telefónica, a la situación financiera, a los flujos de caja y a los resultados de operaciones y/o a la evolución de algunas o todas las magnitudes financieras del Grupo.

Las condiciones económicas pueden afectar negativamente al volumen de demanda de los clientes actuales o potenciales, en la medida en la que los clientes consideren que los servicios que ofrece el Grupo no son esenciales.

En Europa las perspectivas macro-financieras mostraron un ligero deterioro durante la segunda mitad de 2018, influenciadas por factores externos como el debilitamiento y madurez del ciclo económico a nivel global, el reciente endurecimiento de las condiciones financieras y el aumento de la incertidumbre asociada a las tensiones comerciales entre China y EEUU y a los riesgos que dichas tensiones suponen para el crecimiento económico y estabilidad global. En el ámbito regional, si bien la incertidumbre política ha disminuido tras el resultado de las elecciones generales en algunos países europeos, ésta aún persiste en varios países, incluyendo Italia, dada la falta de compromiso político con la agenda reformista. La actividad económica y la estabilidad financiera en Europa pueden también verse afectadas por la normalización monetaria que previsiblemente el Banco Central Europeo continúe materializando y por la gestión por parte de Grecia de su proceso de reestructuración de la banca y de la economía aun en marcha tras la reciente salida del país de su programa de rescate.

Además, el proceso de salida de Reino Unido de la Unión Europea tras la votación favorable en el referéndum celebrado en junio de 2016 supondrá un ajuste económico cualquiera que sea la nueva relación económica-comercial entre Reino Unido y el resto de Europa en el futuro. En el momento de este Informe Anual, existe una elevada incertidumbre relacionada con las negociaciones del Brexit y las aprobaciones parlamentarias necesarias asociadas al proceso, tanto en términos de tiempos (el proceso puede verse sujeto a retrasos) como en cuanto a su resultado final, con múltiples opciones todavía sobre la mesa, incluido un Brexit sin acuerdo. Entre tanto, la incertidumbre que rodea al Brexit podría tener un impacto negativo sobre la inversión, la actividad económica y el empleo, así como sobre la volatilidad en los mercados financieros, lo que podría limitar o condicionar el acceso a los mercados de capitales. Esta situación podría empeorar dependiendo del resultado final del Brexit, que podría llevar a un aumento de los conflictos regulatorios y legales en materia fiscal, comercial, de seguridad y de empleo. Estos cambios pueden ser costosos y disruptivos para las relaciones empresariales en los mercados afectados, incluyendo las de Telefónica con sus proveedores y clientes. Conviene señalar igualmente en Europa las importantes elecciones al Parlamento europeo del mes de mayo de 2019, que pueden traer un reequilibrio de fuerzas y opiniones políticas, así como cambios significativos en los objetivos del proyecto europeo a medio plazo y en el nombramiento de puestos clave en las principales instituciones europeas durante el año 2019.

En España, otro posible foco de incertidumbre podría derivarse de la situación política en Cataluña y su impacto en las condiciones de financiación y en la economía española. Aunque acontecimientos recientes están contribuyendo a reducir la inestabilidad, si las tensiones políticas se intensificasen, ello podría tener un impacto negativo tanto en las condiciones financieras como en las previsiones económicas de España, dado el calendario exigente de vencimientos que todavía afronta el país y la notable dependencia del país al escenario e inversores internacionales. Existe también cierta incertidumbre sobre las políticas económicas a implementar en 2019, dada la elevada fragmentación parlamentaria existente. En 2018, el Grupo Telefónica obtuvo un 26,1% de sus

ingresos en España (24,3% en 2017), un 15,0% en Alemania (14% en 2017), y un 13,9% en Reino Unido (12,6% en 2017).

En Latinoamérica, el riesgo cambiario es particularmente notable. Ciertos factores externos que contribuyen a este riesgo son la incertidumbre derivada de la pauta de normalización monetaria en los Estados Unidos, las crecientes tensiones comerciales a nivel global, los precios de las materias primas que continúan bajos en algunos casos, y las dudas sobre el crecimiento y los desequilibrios financieros en China. Ciertos factores internos que contribuyen a este riesgo son los todavía elevados déficits fiscales y de cuenta corriente en los principales países latinoamericanos y la baja liquidez de ciertos mercados cambiarios, acompañados de un crecimiento bajo de productividad que no permitirían avanzar más aceleradamente en el desarrollo económico y en el reequilibrio de los desajustes existentes.

En Argentina, la agenda del gobierno se centra en la corrección de los desequilibrios macro-financieros existentes y en la recuperación de la confianza internacional en el país, especialmente tras el acuerdo alcanzado con el Fondo Monetario Internacional para proporcionar sostén financiero en el medio plazo. Si bien las medidas llevadas a cabo por el gobierno se espera que tendrán un impacto positivo en el medio plazo, en el corto plazo los riesgos tanto macroeconómicos como cambiarios se mantienen elevados. Los desafíos a los que se enfrenta la economía, tanto internos (proceso en marcha de reducción del déficit público en un contexto de recesión económica y elevada inflación) como externos (con importantes necesidades de financiación a refinanciar en el medio plazo), hacen que sea una economía vulnerable a episodios de volatilidad de los mercados financieros. Además, las elecciones presidenciales previstas en 2019 suponen un riesgo a tener en cuenta, en tanto que pudiera resultar en un cambio de política económica del gobierno con unas palancas de política económica muy limitadas.

En Brasil, tras las elecciones presidenciales que resultaron en un cambio de gobierno, está por ver la efectividad del Gobierno para aprobar la batería de reformas necesarias que ha anunciado y que supondrían una mejora en el crecimiento potencial de la economía y encaminarían al país hacia una clara sostenibilidad fiscal. Por otro lado, aunque se empiezan a observar ciertos síntomas de estabilización y la economía ha empezado a mostrar algunas cifras de crecimiento positivas, el ritmo de la recuperación es gradual. Pese a que las necesidades de financiación externas han disminuido, las necesidades de financiación internas siguen siendo elevadas y las condiciones de financiación exigentes, al tener una calificación crediticia por debajo del grado de inversión.

México es un país con alta exposición comercial y financiera a Estados Unidos, que puede generar incertidumbre. En el plano doméstico, existe también incertidumbre asociada a la agenda económica del nuevo Gobierno, a pesar de tener una perspectiva económica relativamente estable. Tanto la gestión política por parte del nuevo gobierno de los logros estructurales alcanzados en los últimos años, como la aprobación final del Tratado de Libre Comercio entre EEUU, Canadá y México (USMCA) se espera que tengan un impacto positivo sobre la economía. A este respecto, la firma del acuerdo ha reducido significativamente la incertidumbre, aunque no la ha eliminado, ya que es necesaria aún la ratificación por las cámaras legislativas nacionales. Un aumento superior al previsto de los tipos de interés americanos y/o la posible revisión de los acuerdos comerciales entre ambos países podrían traducirse en mayores restricciones a la importación en los Estados Unidos, lo que unido a la incertidumbre política que rodea estos temas, afectaría negativamente a la actividad económica de México y al tipo de cambio. El peso relativo de México sobre el total de ingresos del Grupo Telefónica en 2018 fue del 2,4%.

Chile, Colombia y Perú han conseguido con éxito estabilizar sus economías que ya crecen a tasas cercanas al potencial gracias a la demanda interna, mientras que los ajustes y la determinación política del pasado reciente han contribuido a cierta corrección de los desequilibrios tanto externos como fiscales existentes. No obstante, estas economías están expuestas no sólo a cambios en la economía global por su vulnerabilidad a movimientos abruptos en los precios de las materias primas, sino también a un endurecimiento inesperado de las condiciones financieras.

En Ecuador, la menor incertidumbre política interna ha permitido una ligera mejora de la actividad económica vía recuperación exportadora, aunque existen riesgos, principalmente en el terreno fiscal. Las necesidades de financiación del país siguen siendo elevadas, lo que, unido a un nivel bajo de reservas internacionales, mantienen al país en una posición más vulnerable ante repuntes de volatilidad.

En 2018, Telefónica Brasil representaba un 20,8% de los ingresos del Grupo Telefónica (23,1% en 2017). En 2018, Telefónica Hispam Norte y Telefónica Hispam Sur representaban un 8,4% y un 13,7% de los ingresos del Grupo Telefónica (8,3% y 15,8%, respectivamente, en 2017). En 2018, un 4,3% de los ingresos del Grupo Telefónica provenían de Chile, un 4,3% de Perú y un 4,8% de Argentina. Aproximadamente el 28,2% de los ingresos del Grupo provenían de países que no tienen la consideración de grado de inversión (por orden de importancia, Brasil, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, El Salvador y Venezuela) y otros países están a un solo grado de perder este status.

Entre los factores que encuadran el concepto de “riesgo país”, se destacan:

- Cambios regulatorios o de políticas administrativas incluyendo la posible modificación de las condiciones de obtención y renovación (o retrasar su aprobación) de las licencias y concesiones;
- Movimientos cambiarios abruptos;
- Tasas de inflación elevadas;
- Expropiaciones o nacionalizaciones públicas de activos, o que se incremente la participación de los gobiernos;
- La posibilidad de que se produzcan crisis económico-financieras o situaciones de inestabilidad política o de disturbios públicos, y
- La posibilidad de que se establezcan limitaciones al porcentaje máximo de ganancia, o a los precios de bienes y servicios, mediante el análisis de las estructuras de costes (en Venezuela, por ejemplo, se ha establecido un margen máximo de ganancia que se fija anualmente por la Superintendencia para la defensa de los derechos socio-económicos).

Cualquier punto de los mencionados anteriormente podría afectar adversamente a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

La condición financiera y resultados del Grupo podrían verse afectados si no manejamos de forma efectiva nuestra exposición a los tipos de cambio de divisa extranjera o a los tipos de interés.

En términos nominales, a 31 de diciembre de 2018, el 73,6% de la deuda financiera neta más compromisos del Grupo tenía su tipo de interés fijado a tipos de interés fijos por periodos de más de un año. A la misma fecha, el 18,7% de la deuda financiera neta más compromisos del Grupo estaba denominada en monedas distintas al euro.

Para dar una idea de la sensibilidad de los costes financieros a la variación de los tipos de interés a corto plazo a 31 de diciembre de 2018: (i) un incremento en 100 puntos básicos en los tipos de interés en todas las divisas donde tenemos una posición financiera a esa fecha, implicaría un aumento de los costes financieros de 102 millones de euros; (ii) y una reducción de 100 puntos básicos en todas las divisas (aunque los tipos sean negativos) implicaría una reducción de los costes financieros de 88 millones de euros. Para la elaboración de estos cálculos se supone una posición constante equivalente a la posición a esa fecha, que tiene en cuenta los derivados financieros contratados por el Grupo.

Conforme a los cálculos del Grupo, el impacto en los resultados, y concretamente en las diferencias de cambio, de una depreciación del 10% de las divisas latinoamericanas respecto al dólar y una depreciación del 10% del resto de divisas respecto al euro, supondría unas pérdidas por tipo de cambio de 1 millón de euros para el año finalizado el 31 de diciembre de 2018, fundamentalmente por la depreciación del bolívar venezolano y, en menor medida, del peso argentino. Estos cálculos se han realizado considerando constante la posición en divisa con impacto en cuenta de resultados a 31 de diciembre de 2018 e incluyendo los derivados financieros contratados.

Durante 2018, Telefónica Brasil representaba el 27,7% (25,9% en 2017), Telefónica Reino Unido el 12,0% (10,1% en 2017), Telefónica Hispam Norte el 5,1% (7,8% en 2017) y Telefónica Hispam Sur el 11,0% (14,1% en 2017) del resultado operativo antes de amortizaciones ("OIBDA") del Grupo Telefónica.

Para gestionar estos riesgos, el Grupo Telefónica utiliza diversas estrategias, fundamentalmente a través del uso de derivados financieros, que, en sí mismas, no están exentas de riesgos como, por ejemplo, el riesgo de contrapartida que conllevan este tipo de coberturas. Sin embargo, estas estrategias de gestión pueden resultar infructuosas, pudiendo perjudicar el negocio, la situación financiera, los resultados de operaciones y la generación de caja del Grupo.

En 2018, la evolución de los tipos de cambio impactó negativamente en los resultados, restando 8,8 puntos porcentuales y 10,3 puntos porcentuales al crecimiento interanual de las ventas y el OIBDA, respectivamente, principalmente por la depreciación del real brasileño y del peso argentino (3,2 puntos porcentuales y 4,7 puntos porcentuales respectivamente en 2017, principalmente por la depreciación del peso argentino, del bolívar venezolano y de la libra esterlina). Asimismo, las diferencias de conversión generadas en el ejercicio 2018 impactaron negativamente en el patrimonio del Grupo en 2.043 millones de euros a 31 de diciembre de 2018, mientras que, en 2017, impactaron negativamente en el patrimonio del Grupo en 4.279 millones de euros a 31 de diciembre de 2017.

Si el Grupo Telefónica no fuese capaz de gestionar de manera efectiva su exposición a los tipos de cambio de divisas o tasas de interés, los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo Telefónica podrían verse afectados negativamente.

Las condiciones actuales o el deterioro de los mercados financieros pueden limitar la capacidad de financiación del Grupo y, en consecuencia, la capacidad para llevar a cabo el plan de negocio.

El funcionamiento, la expansión y la mejora de las redes del Grupo Telefónica, el desarrollo y la distribución de los servicios y productos del Grupo, la ejecución del plan general estratégico de la Compañía, el desarrollo e implantación de nuevas tecnologías, la renovación de licencias, o la expansión del negocio en los países en los que opera el Grupo, podrían precisar de una financiación sustancial.

Una disminución de la liquidez de la Compañía, una dificultad en la refinanciación de los vencimientos de la deuda o en la captación de nuevos fondos como deuda o recursos propios, podría obligar a Telefónica a utilizar recursos ya asignados a inversiones u otros compromisos para el pago de su deuda financiera, lo cual podría tener un efecto negativo en los negocios del Grupo, la situación financiera, los resultados operativos y/o en los flujos de caja.

La financiación podría resultar más difícil y costosa ante un deterioro significativo de las condiciones en los mercados financieros internacionales o locales, debido, por ejemplo, a las políticas monetarias fijadas por los bancos centrales, tanto por las posibles subidas de tipos de interés como por la reducción de sus balances, el aumento de la incertidumbre política y comercial global y la inestabilidad del precio del petróleo o por un eventual deterioro de la solvencia o del comportamiento operativo de la Compañía.

A 31 de diciembre de 2018, la deuda financiera neta del Grupo ascendía a 41.785 millones de euros (44.230 a 31 de diciembre de 2017) y a 31 de diciembre de 2018 la deuda financiera bruta del Grupo ascendía a 54.702 millones de euros (55.746 a 31 de diciembre de 2017). A dicha fecha, el vencimiento medio de la deuda era de 8,98 años (8,08 años a 31 de diciembre de 2017).

A 31 de diciembre de 2018, los vencimientos de la deuda financiera bruta en 2019 ascendían a 9.368 millones de euros y los vencimientos de la deuda financiera bruta en 2020 ascendían a 6.417 millones de euros.

En conformidad con su política de liquidez, la Compañía tiene cubiertos los vencimientos brutos de deuda por encima de los próximos 12 meses con la caja y líneas de crédito disponibles a 31 de diciembre de 2018. A 31 de diciembre de 2018, el Grupo Telefónica contaba con líneas de crédito disponibles y comprometidas con diferentes entidades de crédito por un importe aproximado de 12.219 millones de euros (de los cuáles 11.887 millones de euros tenían un vencimiento superior a 12 meses). La liquidez podría verse afectada si las condiciones de mercado dificultaran la renovación de las líneas de crédito no dispuestas, el 2,7% de las cuales, a 31 de diciembre de 2018, tenían establecido su vencimiento inicial para antes del 31 de diciembre de 2019.

Adicionalmente, dada la interrelación entre el crecimiento económico y la estabilidad financiera, la materialización de alguno de los factores de riesgo económico, político y de tipo de cambio comentados anteriormente podría derivar en un efecto adverso sobre la capacidad y coste de Telefónica para obtener

financiación y/o liquidez. Esto a su vez podría tener, por tanto, un efecto adverso significativo en los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

Los cambios en las normas de contabilidad podrían influir en los beneficios y en la posición financiera que se reporten.

Los organismos de normalización contable y otras autoridades regulatorias podrían cambiar las normas de contabilidad e información financiera que rigen la preparación de los estados financieros consolidados del Grupo. Estos cambios pueden tener un impacto significativo en la forma en que el Grupo contabiliza determinadas transacciones y presenta su situación financiera y sus resultados de explotación. En algunos casos se debe aplicar una norma modificada o un nuevo requisito con carácter retroactivo, lo que obliga al Grupo a reexpresar estados financieros de periodos anteriores.

En particular, Telefónica está obligada a adoptar la nueva norma de información financiera NIIF 16 Arrendamientos "NIIF 16", cuya aplicación será obligatoria para los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero de 2019.

Esta norma requiere cambios significativos que afectarán al tratamiento contable de los contratos de arrendamiento en los que Telefónica actúa como arrendatario; a excepción de determinados contratos a corto plazo y los que tienen por objeto activos de valor poco significativo. El Grupo estima que la adopción por primera vez de la NIIF 16 tendrá un impacto significativo en los estados financieros y puede provocar que las comparaciones entre periodos sean menos significativas. También es probable que afectara materialmente a las cantidades utilizadas para el cálculo de ciertos indicadores financieros reportados por el Grupo o utilizados por analistas e inversores para analizar el Grupo.

La Nota 3 de las Cuentas Anuales Consolidadas incluye detalles sobre los principales impactos esperados en la primera aplicación del nuevo criterio.

El Grupo opera en una industria altamente regulada y que requiere de títulos habilitantes para la prestación de gran parte de sus servicios, así como para el uso de espectro que es recurso escaso y costoso.

El sector de las telecomunicaciones está sujeto a la regulación sectorial en la mayoría de los países donde el Grupo presta sus servicios. Adicionalmente, hay que considerar que una parte de los servicios que presta el Grupo se realiza en régimen de licencia, concesión o autorización administrativa, que suelen llevar asociadas obligaciones e inversiones, como las relativas a la adquisición de capacidad de espectro. Entre los principales riesgos de esta naturaleza se encuentran los relacionados con la regulación del espectro y las licencias/concesiones, las tarifas, la regulación sobre el Servicio Universal, servicios regulados mayoristas sobre fibra óptica, privacidad, separación funcional, así como con la neutralidad de la red. El hecho de que la actividad del Grupo está muy regulada afecta a sus ingresos y supone un coste para sus operaciones.

En la medida en que una parte fundamental de los servicios prestados por el Grupo se realiza bajo regímenes de licencias, autorizaciones o concesiones, se ve expuesto a las decisiones o medidas que pudiera adoptar la Administración, como sanciones económicas por incumplimientos graves en la prestación de los servicios, incluyendo en último término, la revocación o la no renovación de estas licencias, autorizaciones o concesiones, así como el otorgamiento de nuevas licencias a competidores para la prestación de servicios en un mercado concreto. El espectro al que se refiere la mayoría de las licencias y concesiones administrativas se utiliza para la prestación de servicios móviles sobre las tecnologías 2G, 3G y 4G. La complementariedad entre las diferentes bandas de frecuencias sucesivamente asignadas a un operador en un mercado geográfico hace posible una mayor flexibilidad y eficiencia tanto en el despliegue de la red como en la prestación de servicios a los clientes finales sobre las capacidades que resultan de dicha red.

Cualquier impugnación o modificación de los términos de las autorizaciones, concesiones y licencias otorgadas al Grupo y necesarias para la prestación de sus servicios, o si el Grupo no fuese capaz de obtener la capacidad de espectro adecuada o suficiente en las jurisdicciones analizadas a continuación o en cualesquiera otras en las que está presente, o no fuese capaz de asumir los costes asociados, podría tener un efecto adverso en su capacidad para lanzar y ofrecer nuevos servicios y en su capacidad para mantener la calidad de los servicios existentes, lo cual podría afectar sustancialmente de forma adversa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o flujos de caja del Grupo.

Se puede encontrar información más detallada en el Anexo VI de las Cuentas Anuales Consolidadas de 2018: "Principales aspectos regulatorios y concesiones y licencias del Grupo Telefónica".

Adicionalmente, el Grupo Telefónica puede verse afectado por decisiones de los reguladores en materia de defensa de la competencia. Estas autoridades podrían prohibir determinadas actuaciones como, por ejemplo, la realización de nuevas adquisiciones o determinadas prácticas, o imponer obligaciones o cuantiosas sanciones. Estas actuaciones por parte de las autoridades de competencia podrían provocar un perjuicio económico y/o reputacional para el Grupo, así como una pérdida de cuota de mercado y/o menoscabar el futuro crecimiento de determinados negocios.

Regulación del espectro y acceso a nuevas licencias/concesiones de espectro

En Europa, mediante la Directiva (UE) 2018/ 197, de 11 de diciembre de 2018 fue aprobado el Código Europeo de Comunicaciones Electrónicas (EECC en sus siglas en inglés). El objetivo del EECC no es otro que impulsar la inversión en nuevas redes de alta capacidad (principalmente nuevas redes de fibra y la quinta generación de telecomunicaciones móviles, o 5G) y crear una igualdad de condiciones entre las compañías de telecomunicaciones y los operadores de transmisión libre ("OTTs"). Los Estados Miembros tienen un plazo de dos años (hasta el 21 de diciembre de 2020) para transponer a su ordenamiento interno dicha Directiva. Algunas provisiones recogidas en el nuevo Código son tan extensas y complejas, que el impacto final del mismo sobre operadores como Telefónica dependerá en gran medida, de la interpretación que se haga de las mismas, a nivel nacional por parte de las autoridades regulatorias en cada Estado Miembro. Las autoridades nacionales regulatorias continuarán teniendo la obligación, conforme al EECC, de analizar los mercados de telecomunicaciones y determinar si existe dominio de mercado por parte de algún operador. A estos operadores se les seguirá considerando con un poder significativo de mercado ("PSM") y deberán enfrentarse a obligaciones adicionales en esos territorios. En el caso de nuevas redes de fibra, dichas obligaciones PSM podrían reducirse si se logran acuerdos de coinversión entre otros operadores PSM y no PSM.

Por otra parte, en Europa, se espera que las subastas de espectro se realicen en los próximos años, lo que requerirá posibles salidas de efectivo para obtener un espectro adicional o para cumplir con los requisitos de cobertura asociados con algunas de estas licencias.

A este respecto, en España, la licitación de la banda 3,6 GHz se realizó por medio de una subasta durante el mes de julio de 2018, siendo Telefónica adjudicataria de 50 MHz. De igual forma, el Ministerio de Economía y Empresa ha publicado la hoja de ruta para liberar espectro de la banda 700 MHz de su uso actual (televisión digital) para alinearse con el calendario aprobado por la propia CE y en línea con lo que contempla el recientemente publicado Plan Nacional 5G aprobado en diciembre de 2017. El plan prevé finalizar el proceso de liberación de la banda de 700 MHz antes del 30 de junio de 2020 y el Ministerio ha indicado que tiene intención de llevar a cabo la subasta en 2020.

En Reino Unido, la autoridad regulatoria nacional (en adelante, "Ofcom") realizó una subasta de espectro para las bandas 2,3 GHz y 3,4 GHz en marzo y abril de 2018. Telefónica Reino Unido ganó todo el espectro de la banda 2,3 GHz disponible (40 MHz) y 40 MHz adicionales de la banda 3,4 GHz (de los 150 MHz disponibles), en ambos casos bajo licencias de 20 años renovables en el tiempo. En diciembre de 2018, Ofcom realizó una consulta pública sobre las obligaciones de cobertura y el diseño de subasta para las bandas de 700 MHz/3,6 GHz, que se espera sean subastadas en el primer trimestre de 2020.

En Alemania, el 14 de mayo de 2018, la Agencia reguladora de la Electricidad, Gas, Telecomunicaciones, Correos y Ferrocarriles (en adelante, BNetzA), publicó las Decisiones I y II sobre el método para otorgar frecuencias a nivel nacional, de la banda de 2 GHz, y una gran parte de la banda de 3.6 GHz. Adicionalmente, BNetzA, en las citadas decisiones, destinó 100 MHz en la banda de 3.6 GHz y también frecuencias en la banda de 26 GHz, para asignaciones locales/ regiones mediante un proceso de solicitud.

Posteriormente, el 26 de noviembre de 2018, BNetzA publicó las Decisiones III y IV estableciendo las condiciones de uso de frecuencia y reglas de subasta en relación con las mencionadas bandas 2 GHz y 3.6 GHz (Reglas de subasta), que incluyen obligaciones para una mayor cobertura, tanto en áreas urbanas como rurales, así como vías de circulación y otras condiciones como la obligación de negociar la itinerancia nacional y la compartición de redes. Las cuatro decisiones citadas han sido recurridas ante los tribunales por el Grupo Telefónica Deutschland. No obstante, el Grupo Telefónica Deutschland presentó su solicitud de participación a la subasta

dentro del plazo legalmente establecido (25 de enero de 2019). Se espera que la subasta comience en el primer trimestre del 2019.

Todas las bandas mencionadas anteriormente se consideran tecnológicamente neutrales, lo que significa que, potencialmente, podrían utilizarse en el futuro para servicios 5G.

En América Latina, se espera que en los próximos años se realicen licitaciones de espectro, lo que requerirá posibles salidas de caja asociadas para obtener un espectro adicional o para hacer frente a las obligaciones de cobertura asociados a dichas licencias u otras obligaciones. En concreto, los procesos que se llevarán a cabo en 2019 en las jurisdicciones relevantes para el Grupo son:

- Argentina: el gobierno emitió el pasado 21 de enero un decreto (Decreto de Necesidad y Urgencia) que contempla la posibilidad de subastar el espectro previamente reservado para ARSAT (una empresa pública). El espectro reservado para ARSAT incluye 20 MHz en la banda (nacional) de 700 MHz, 50 MHz en la banda (nacional) de AWS y 20 MHz en la banda (regional) de 1900 MHz. .
- Brasil: En septiembre de 2018, el regulador brasileño, Anatel lanzó una consulta para el otorgamiento de espectro en la banda de 2.3 GHz TDD (dúplex por división de tiempo) y espectro en la banda de 3.5 GHz TDD. Se espera que se lleve a cabo una consulta sobre el proceso de los 700MHz restantes en el primer semestre de 2019. La comisión 5G de Anatel también identificó 1500MHz que podrían ser subastados. Una subasta para otorgar espectro en cualquiera de estas bandas podría llevarse a cabo en 2019 o 2020.
- Colombia: Los procesos de consulta en 2017 y principios de 2018 sobre las condiciones de la subasta de la banda de espectro de 700 MHz fueron suspendidos tras el cambio de gobierno que tuvo lugar en agosto de 2008. El nuevo gobierno presentó al Congreso un proyecto de Ley de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Entre los aspectos del proyecto se incluye la ampliación de la duración de los permisos para el uso del espectro. El proceso de aprobación del proyecto podría impactar en los tiempos en los cuales se realice la subasta. Esta iniciativa será debatida en el primer trimestre de 2019.
- Perú: el Ministerio de Transportes y Comunicaciones aprobó en octubre de 2018 un nuevo reglamento para la reorganización de las bandas de frecuencia, conocido como "recambio". Esto podría provocar un proceso de adjudicación de espectro en 2019 o 2020.

Es posible que algunos de los procedimientos de licitación de espectro mencionados anteriormente no se completen o incluso no se inicien dentro de los plazos propuestos. Además, si bien Telefónica ha presentado comentarios a las condiciones propuestas para algunas subastas o procedimientos de adjudicación, se desconoce si estos serán considerados y hasta qué punto serán tenidos en cuenta por el regulador. Adicionalmente, Telefónica podría decidir abstenerse de un proceso particular una vez revise la viabilidad de la oportunidad de adquisición de espectro.

Además de los procedimientos de licitación de espectro anteriormente mencionados, puede ocurrir que ciertas administraciones que aún no han anunciado su intención de liberar nuevo espectro lo hagan durante 2019 y posteriormente. Lo anterior no incluye los procesos anunciados a través de declaraciones generales de las administraciones que implican bandas no decisivas para las necesidades de Telefónica. Por otro lado, Telefónica también puede tratar de adquirir espectro en el mercado secundario donde pudieran surgir oportunidades.

Riesgos relacionados con las concesiones y licencias previamente otorgadas

En España, en relación con la licencia de espectro 800 MHz, existen una serie de obligaciones para Telefónica con el fin de alcanzar una cobertura que permita el acceso a una velocidad mínima de 30 Mb por segundo al menos al 90 % de los ciudadanos de poblaciones de menos de 5.000 habitantes. La fijación de los términos y condiciones en que debe ser cumplida esta obligación de cobertura se publicó en noviembre de 2018. En todo caso, Telefónica se encuentra en un proceso constante de despliegue y densificación de la solución evolución a largo plazo ("LTE" por sus siglas en inglés) en la banda 800 MHz que servirá de base para el cumplimiento de la citada obligación.

Telefónica es propietaria de dos concesiones de espectro de 2.1 GHz y 3.5 GHz, ambas adjudicadas en 2000, que vencen en abril de 2020 pero pueden prorrogarse por otros diez años.

En el estado de São Paulo, Telefónica Brasil provee los servicios de telefonía fija conmutada, local y de larga distancia nacional (en adelante, "STFC") bajo el llamado régimen público, a través de un contrato de concesión en vigor que se espera esté vigente hasta 2025. A 31 de diciembre de 2018, el valor residual estimado de los activos asignados a la provisión de STFC fue de 8.622 millones de reales brasileños (aproximadamente 1.943 millones de euros al tipo de cambio vigente en dicha fecha) (8.763 millones de reales brasileños a 31 de diciembre de 2017, aproximadamente 2.209 millones de euros al tipo de cambio vigente a dicha fecha), que comprende equipos de conmutación y transmisión y terminales de uso público, equipos de red externos, energía, equipos de soporte de sistema y operativos. En principio, estos activos se consideran activos reversibles, es decir, que deben ser revertidos al gobierno federal a la terminación del contrato de concesión. Sin embargo, la implementación del proyecto de ley que modifica el marco regulatorio en Brasil y por el que, entre otros, dichos bienes dejarían de ser reversibles bajo los nuevos títulos habilitantes a cambio de compromisos de inversión, sigue pendiente actualmente. El proyecto de ley fue aprobado por ambas cámaras legislativas, pero fue impugnado ante el Supremo Tribunal Federal debido a un supuesto error de procedimiento. El resultado de esta demanda es incierto, aunque el órgano de administración del Senado puede sobreeserlo enviando el proyecto de ley para su voto en sesión plenaria. En el supuesto de que efectivamente se apruebe la nueva ley, ANATEL quedará habilitada para poder adoptar las resoluciones administrativas pertinentes para la migración de los títulos habilitantes correspondientes con la consiguiente modificación de las obligaciones exigibles en un futuro a los prestadores de STFC.

A fecha de publicación del presente Informe Anual, no hay certeza sobre que se complete el cambio de este marco regulatorio, ni de que se produzca en términos plenamente satisfactorios para Telefónica Brasil. Únicamente tras la aprobación de una posible ley que habilite la posibilidad de intercambiar obligaciones de reversión por compromisos de inversión, podría ANATEL imponer las obligaciones de inversiones anteriormente citadas.

A fecha de publicación del presente Informe Anual, no se pueden estimar las hipotéticas obligaciones de inversión que ANATEL podría proponer a las concesionarias, incluido Telefónica Brasil, a cambio de eliminar sus obligaciones en materia de reversión de los activos afectos a la prestación del servicio STFC.

En Colombia, el MinTIC emitió la Resolución 597, de 27 de marzo de 2014, para la renovación de las licencias en las bandas 850MHz/1900 MHz por un plazo de diez años adicionales. Al amparo de dicha resolución, Colombia Telecomunicaciones, S.A. ("ColTel") (compañía participada, directa e indirectamente, en un 67,5% por Telefónica y en un 32,5% por el gobierno de Colombia) renovó su habilitación para explotar dicho espectro radioeléctrico para la prestación de servicios de telecomunicaciones.

Las concesiones de 1994, renovadas en 2004, bajo las que se prestaron servicios telefonía móvil hasta el 28 de noviembre de 2013, contenían una cláusula de reversión de los activos. Las leyes 422 de 1998 y 1341 de 2009 aclararon, sin embargo, que en los servicios de telecomunicaciones únicamente se revierte al Estado al finalizar la concesión el espectro radioeléctrico. Así, de 1998 a 2013 toda la industria, incluidas las autoridades, operaron bajo ese entendimiento. Ahora bien, en 2013 al analizar una acción de inconstitucionalidad de dichas leyes, la Corte Constitucional colombiana confirmó la constitucionalidad de las mismas, pero aclaró que no se podría interpretar que dichas leyes modificaran con efecto retroactivo la cláusula de reversión de activos de la concesión de 1994. El 16 de febrero de 2016 el MinTIC convocó un procedimiento de arbitraje contra ColTel y otros demandados de acuerdo con los términos del contrato de concesión de 1994 para que se definiera la vigencia y ámbito de aplicación de tal cláusula de reversión. El 25 de julio de 2017 se dictó el laudo arbitral, el cual no fue favorable para ColTel y sus codemandadas.

El tribunal arbitral ordenó a ColTel el pago de 1.651.012 millones de pesos colombianos. El 29 de agosto de 2017, la asamblea de accionistas de ColTel aprobó un aumento de capital por importe total de 1.651.012 millones de pesos colombianos, 470 millones de euros al tipo de cambio entonces, para proceder al pago de la cantidad fijada en el laudo arbitral. El Grupo Telefónica y la Nación Colombiana suscribieron el aumento de capital en proporción a su respectiva participación accionarial en ColTel. La decisión de Telefónica de participar en la ampliación de capital para proceder al pago de la cuantía impuesta en el laudo no constituye ni puede entenderse como una aceptación de dicho laudo. Telefónica se reserva todos sus derechos y el ejercicio por Telefónica o

ColTel de cualesquiera acciones legales, de carácter nacional o internacional, que les pudieran corresponder. Tanto ColTel como Telefónica han emprendido acciones legales. ColTel presentó un recurso, el 18 de agosto de 2017, para impugnar el laudo arbitral ante el Consejo de Estado de Colombia, el máximo tribunal de lo contencioso-administrativo, el cual fue desestimado mediante resolución de 24 de mayo de 2018. Adicionalmente, el 18 de diciembre de 2017, ColTel también presentó una acción constitucional (acción de tutela), con el fin de proteger sus derechos constitucionales comprometidos por el laudo arbitral. El 15 de marzo de 2018, la acción constitucional fue denegada, presentando ColTel recurso de impugnación contra dicho fallo el 18 de abril de 2018, el cual fue desestimado el 24 de mayo de 2018. El 27 de noviembre de 2018, se presentó ante el Tribunal Constitucional una solicitud de recusación, la cual está pendiente de resolverse.

Por otra parte, de conformidad con el tratado bilateral aplicable, Telefónica notificó a Colombia su intención de presentar una reclamación ante el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (en adelante, "CIADI"). Tras la expiración del plazo de preaviso de 90 días, Telefónica presentó ante el CIADI la solicitud de arbitraje el 1 de febrero de 2018 y el 20 de febrero de 2018 el Secretario General del CIADI registró la solicitud de inicio del procedimiento de arbitraje. La solicitud de arbitraje sigue su curso, encontrándose actualmente en proceso de designación del tribunal arbitral.

En Perú, Telefónica tiene concesiones para la prestación del servicio telefónico fijo hasta noviembre de 2027. En diciembre de 2013, Telefónica presentó una solicitud de renovación parcial sobre estas concesiones por cinco años más. El 26 de noviembre de 2018, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones notificó la denegación de la renovación de las concesiones. Telefónica presentó recurso de reconsideración. El 5 de febrero de 2019, el Ministerio declaró infundada la apelación planteada por Telefónica. Telefónica cuestionará la medida en las instancias correspondientes. Adicionalmente, en diciembre de 2014, junio de 2016 y mayo de 2017, la Compañía también presentó sendas solicitudes de renovación por 20 años más en relación con una concesión para el suministro de servicios de transporte locales, una de las concesiones para suministrar servicios móviles en línea en ciertas provincias, y una de las concesiones para suministrar servicios de telefonía fija. Adicionalmente, en abril de 2016, Telefónica presentó solicitud de renovación en relación a la frecuencia de espectro de 1900 MHz para las Provincias (todo Perú excepto Lima y Callao) cuya licencia expiró en 2018.

A la fecha del presente Informe Anual, la decisión del Ministerio de Transportes y Comunicaciones en todos estos procedimientos está aún pendiente y, de acuerdo con la legislación, las concesiones objeto de dichos procedimientos se mantienen vigentes mientras éstos se encuentren en curso.

En Chile, en marzo de 2014, Telefónica Móviles Chile, S.A. y otros dos operadores de telecomunicaciones resultaron adjudicatarios de espectro en la banda 700 MHz, siendo Telefónica Móviles Chile, S.A. adjudicataria de 2x10 MHz. Sin perjuicio de que se vengán prestando servicios sobre dicho espectro, cabe mencionar que una organización de consumidores interpuso una demanda ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, "TDLC") contra Telefónica Móviles Chile, S.A. y los otros dos operadores, cuestionando el resultado de la asignación de espectro en la banda de 700 MHz. El TDLC rechazó la demanda en sucesivas ocasiones, decisión que en última instancia fue revertida por la Corte Suprema, a través de resolución dictada con fecha 25 de junio de 2018, que declaró que las demandadas incurrieron en una conducta anticompetitiva al adjudicarse bloques de espectro sin respetar el límite de 60 MHz fijado por dicha Corte en un fallo de 2009.

La Corte Suprema ha impuesto a las demandadas la obligación de desprenderse de la misma cantidad de espectro radioeléctrico que fue adquirida en el concurso de la banda 700 MHz. No obstante, la Corte permite a las demandadas elegir la banda respecto de la cual será enajenado el espectro que supera el límite fijado (60Mhz), sin que la Corte haya establecido un plazo para dicha enajenación. A fecha de este Informe Anual, Telefónica Móviles Chile no se ha desprendido de nada del espectro requerido, ya que el procedimiento se encuentra temporalmente suspendido por resolución del Tribunal Constitucional de 29 de enero de 2019.

La Corte ha dispuesto que si la autoridad sectorial (Subtel) estima necesaria la revisión del límite máximo del espectro radioeléctrico que puede tener cada operador, deberá iniciar un proceso consultivo ante el TDLC con este fin. En caso contrario, Subtel deberá iniciar los procedimientos necesarios para adecuar el límite establecido a los parámetros definidos de 60 MHz para cada operador participante en el referido espectro radioeléctrico. Con fecha 3 de octubre de 2018, Subtel presentó al TDLC su propuesta para la revisión del cap de espectro.

Adicionalmente, Subtel ha presentado ante el TDLC un conjunto de “condiciones complementarias” de alcance general aplicable a todas las bandas y otro paquete de “condiciones específicas” para ser tenido en cuenta en subastas futuras. El TDLC estableció como fecha límite el 28 de diciembre 2018 para que los interesados aportasen sus comentarios. Se espera que el proceso abierto por el TDLC dure varios meses.

Asimismo, la Corte Suprema desestimó el recurso de apelación interpuesto por Telefónica Móviles Chile, S.A. en contra de la resolución del TDLC que ordenó dar cumplimiento inmediato a las obligaciones de enajenación de espectro, sin esperar el resultado de la consulta sobre cap antes mencionada. Por otro lado, el 29 de enero de 2019, el Tribunal Constitucional suspendió temporalmente la obligación de cumplimiento inmediato en relación con la devolución de espectro hasta que la acción de inaplicabilidad, presentada por Telefónica, se resuelva.

Adicionalmente, en relación con la banda 3.5 GHz, Subtel emitió el 21 de junio de 2018 una decisión sobre la banda de espectro 3.400-3.800 MHz que, entre otras cosas, suspende el otorgamiento de autorizaciones, modificaciones concesionales o recepciones de obras en relación con esta banda. Su fin es llevar a cabo un estudio en profundidad del uso eficiente de esta banda para 5G y asegurar el uso eficiente de la misma en concordancia a los usos internacionales y la necesidad de administrar eficientemente el espectro, en cuanto bien nacional de uso público. Dicha decisión tiene, asimismo, un impacto limitado en las operaciones de Telefónica, ya que Telefónica Chile S.A. solo tiene 50 MHz del espectro asignado en dicha banda en las Regiones XI y XII (menos del 2% de la población), no encontrándose en uso actualmente. El 3 de octubre de 2018, Subtel modificó la anterior citada resolución y resolvió liberar parte de ese espectro para proveer servicios fijos inalámbricos. De los 50 MHz adjudicados a Telefónica Chile S.A., 30 MHz fueron liberados y solo se utilizarán para servicios móviles, cambio necesario para la provisión de 5G, una vez que las futuras subastas de la banda 3400-3800 MHz sean firmemente adjudicadas. El uso del remanente del espectro no liberado se encuentra aún suspendido para cualquier servicio.

El 20 de noviembre de 2018, Telefónica Chile presentó ante el TDLC una consulta (no contenciosa) tendiente a determinar si la ejecución de las decisiones dictadas por Subtel, en relación con la banda 3.5 GHz, infringen o no la libre competencia. El plazo para que terceros interesados aporten antecedentes vence el 18 de febrero de 2019.

En México, en agosto de 2018, Telefónica participó en la subasta de la banda 2500-2690 MHz obteniendo 2x20 MHz de espectro. Las bases y el procedimiento de licitación fueron impugnadas por un operador por lo que Telefónica ha respondido a las alegaciones planteadas.

Las licencias regionales de Telefónica en la banda de 1900 MHz (aproximadamente 44 % de total de la banda de 1900 MHz) expiraron en octubre de 2018. Telefónica solicitó la renovación de dichas concesiones. El Instituto Federal de Telecomunicaciones (“IFT”) podría decidir sobre la renovación durante el primer trimestre de 2019. Telefónica podrá continuar utilizando este espectro en tanto la decisión del IFT esté pendiente.

Durante 2018, la inversión consolidada del Grupo en adquisiciones de espectro y renovaciones ascendió a 868 millones de euros (538 millones de euros el año anterior).

Regulación de servicios mayoristas

En la propuesta de la CE relativa a la revisión del marco regulatorio de servicios mayoristas se pretende incorporar, entre otras medidas, una metodología y un límite máximo europeo para los precios de terminación de llamadas de voz fija y/o móvil (FTRs/MTRs) aplicable en la UE. Conforme a dicha propuesta, las reducciones en las tarifas mayoristas de precios de terminación móvil (en adelante, “MTRs”) en Europa serán significativas. No obstante, hay que tener en cuenta que ya se ha producido una reducción sustancial de los precios de terminación en móvil y en redes fijas de los últimos años, por lo que se espera que las futuras reducciones sean menores, de manera que el impacto negativo sobre la facturación sea menos acusado.

En Reino Unido, el precio de los MTR cayó el 1 de junio de 2018 a 0,489ppm. A partir del 1 de abril de 2019, el precio será 0,479 ppm con una reducción adicional basada en la inflación (índice de precios al consumo (“IPC”) menos 3,7% desde el 1 de abril de 2020).

En España, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, “CNMC”) aprobó en enero de 2018 una decisión fijando los nuevos MTR para todos los operadores móviles, que implica una reducción

del 40% respecto a los niveles de enero 2018 (0,0109 euros por minuto). Las fechas y los valores de MTRs aprobados son: desde que la decisión entró en vigor hasta el 31 de diciembre de 2018: 0,0070 €/min; desde el 1 de enero de 2019 hasta el 31 de diciembre de 2019: 0,0067 €/min; y a partir del 1 de enero de 2020: 0,0064 €/min. La CNMC inició una consulta pública en noviembre de 2018 con respecto a los FTRs que proponía una reducción progresiva en los precios del 34% respecto a los niveles de noviembre 2018. Los precios propuestos son los siguientes: desde que la decisión entró en vigor hasta el 31 de diciembre de 2019 a € 0,0640 por minuto; desde el 1 de enero de 2020 hasta el 31 de diciembre de 2020 a 0,0591 € por minuto y desde el 1 de enero de 2021 a 0,0543 € por minuto. Se espera adoptar una decisión final en el primer trimestre de 2019.

En Alemania, el 1 de diciembre de 2018 el precio de los MTR cayó de los 1.07 cent. de euro/min a los 0.95 cent. de euro/min. Este precio vencerá el 30 de noviembre de 2019. Los MTR para los posteriores periodos se decidirán en 2019.

En Brasil, la Resolución 639/2014 ha establecido que las tarifas de terminación móvil se sujetarán a sucesivas reducciones anuales desde 2016 hasta 2019, año en el que se implementará el modelo orientado a costes. Por ello ANATEL publicó el Acto nº 6.211/2014 con los precios de referencia a ser aplicados por los titulares de Poder Significativo de Mercado (en adelante, "PSM"). En 2018, ANATEL publicó el Acto Nº 9919/2018 con los precios de referencia que aplicarán los titulares de PSM desde 2020 hasta 2023. Además del modelo orientado a costes, el "Plano Geral de Metas de Competição" (en adelante, "PGMC"), modificado por la Resolución 649/2015, además de otros cambios, actualizó el modelo de Bill and Keep parcial para las tarifas de terminación móvil, fijando un patrón de remuneración desbalanceado entre los titulares de PSM y otras compañías que operan en el mercado relevante. Esta medida tenía la intención de adaptar las redes a las reducciones de tarifas de terminación móvil, promoviendo una adaptación gradual para la aplicación de los valores orientados a costes a principios de 2019. Sin embargo, en julio de 2018 fue publicado el nuevo PGMC que, además de otros cambios, extendió el modelo Bill and Keep, que expiraba en febrero de 2019, hasta la próxima revisión del PGMC, en cuatro años.

En México, el 13 de noviembre de 2018, el IFT anunció que los MTRs aplicables para el 2019 serían de 0.028313 pesos por minuto para el Agente Económico Preponderante (en adelante, "AEP"), mientras que los MTRs aplicables a operadores distintos de éste serían de 0.112623 pesos por minuto. Tanto esta decisión como la que fijó los MTRs aplicables a 2018 fueron impugnados por Telefónica.

En Perú, el 21 de diciembre de 2018, el regulador OSIPTEL publicó los nuevos MTRs. Estos MTRs se aplican a todos los operadores de servicios públicos móviles, fijándose en 0.00302 dólares estadounidenses por minuto tasado al segundo, lo que supone una reducción del 54 % respecto al anterior valor (0.00661 dólares estadounidenses por minuto tasado al segundo). Las nuevas tasas estarán vigentes desde el 1 de enero de 2019 y se mantendrán hasta que el regulador defina un nuevo valor de MTRs.

En Argentina, el 17 de agosto de 2018, el Ente Nacional de Comunicaciones ("Enacom") publicó los cargos provisorios de terminación y originación local en las redes del Servicio de Comunicaciones Móviles hasta que se defina el valor a través de Modelo de Costes. ENACOM Fijó una tarifa simétrica de 0.0108 dólares estadounidenses por minuto, siendo la unidad de medida de tasación por segundo. Durante el verano de 2018, Enacom publicó para comentarios una consulta sobre los modelos de costes de servicios de tecnologías de la información y la comunicación. El 22 de noviembre de 2018 Enacom publicó el cargo provisorio de terminación local en las redes fijas de 0,0045 dólares estadounidenses por minuto; el cargo provisorio para el servicio de Tránsito Local de 0,0010 dólares estadounidenses por minuto y el cargo provisorio para el servicio de Transporte de Larga Distancia de 0,0027 dólares estadounidenses por minuto. En cada caso, la unidad de medida de tasación es por segundo.

En Chile, en relación con las tarifas de terminación móvil, el 5 de febrero de 2019, Subtel notificó a TMCH una nueva propuesta de decreto tarifario que regirá para los próximos 5 años. La tarifa promedio que sería aplicable hasta el año 2024 fue 1,8 CLP por minuto (0,0024 euros, sin IVA, sobre el tipo de cambio de moneda del 6 de febrero de 2019, tasación al segundo). La vigencia del nuevo decreto fue a partir del día 26 de enero de 2019. Por su parte, las nuevas tarifas de la operación fija comenzarán a regir en mayo 2019.

En Colombia, en diciembre de 2018 la Comisión de Regulación de Comunicaciones, publicó dos consultas. La primera reduciría los FTRs de 0.01 a 0.003 dólares estadounidenses en 2019, la cual sería beneficiosa para ColTel

al ser pagadora neta de FTRs, y luego eliminaría completamente los FTRs entre redes fijas a partir de 2020. La segunda, de un lado busca eliminar el cobro del cargo de roaming nacional en las llamadas entrantes cargadas a los operadores que hacen uso del RAN sustituyéndola por un cargo de acceso, lo que impactaría negativamente en los ingresos de ColTel, y del otro, modifica la fórmula de definición de la tarifa regulada máxima para la provisión de red cargada a OMV's, pasando del ARPU reportado por OMV's más bajo, a un promedio de los últimos 4 trimestres.

Como resultado de las anteriores acciones regulatorias, se podrían producir reducciones de precio en algunos servicios mayoristas, lo cual podría afectar sustancialmente de forma adversa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo. Durante el 2018 el impacto negativo de la regulación mayorista (principalmente MTRs, FTRs y roaming) resta aproximadamente 1,1 puntos porcentuales al crecimiento orgánico del importe neto de la cifra de negocios.

Regulación sobre el Servicio Universal

Las obligaciones de servicio universal (en adelante, "OSU") hacen referencia a las obligaciones impuestas a los operadores de telecomunicaciones al objeto de garantizar el acceso de todos los consumidores de un determinado país, a un conjunto mínimo de servicios con precios asequibles, razonables y justos que evite la exclusión social.

Como se ha indicado, la Directiva (UE) 2018/1972, de 11 de diciembre de 2018, por la que se aprueba el EECC, moderniza las previsiones del OSU en Europa, eliminando la inclusión obligatoria de los servicios tradicionales obsoletos (cabines telefónicas públicas, directorios y servicios de información) y poniendo foco en la asequibilidad de los servicios de banda ancha. En lo que se refiere a la financiación, el EECC dota a los Estados Miembros de la máxima flexibilidad, pudiendo optar tanto por hacerlo a cargo de los presupuestos generales del Estado como por el sector. Esta última opción, junto con la posibilidad de que las obligaciones de asequibilidad acaben siendo muy exigentes, podría acabar resultando en mayores costes para el sector.

En España, Telefónica es el operador responsable de la provisión de los elementos del servicio universal de acceso fijo con un ancho de banda de al menos 1Mb/s (hasta diciembre de 2019). El 28 de diciembre de 2018, el Gobierno aprobó (mediante Real Decreto 1517/2018) la modificación del marco regulatorio del servicio universal, eliminando la obligación de proporcionar guías telefónicas, asignada a Telefónica desde el 1 de enero de 2017, pero manteniendo su designación como operador responsable de la provisión de teléfonos públicos de pago hasta el 31 de diciembre de 2109, fecha en la cual se espera sea retirada dicha obligación.

En Brasil, la revisión del Plan General de Universalización (PGMU IV) de Servicios de Telefonía Fija Conmutada, debería haber sido publicado en 2016. Sin embargo, después de un largo período de discusiones, su versión definitiva fue publicada en el 21 de diciembre de 2018 (Decreto Presidencial n. 9.619/2018).

El Plan General reduce el marco regulatorio del OSU de tres maneras, que son: (i) la disminución material de las obligaciones de mantenimiento de Terminales de Uso Público; (ii) la disminución material de las obligaciones de atención a solicitudes de instalación de accesos individuales en un plazo de 7 días; y (iii) la extinción de las obligaciones de instalación y mantenimiento de Puestos Servicio Multifacilidades. Sin embargo, el Plan General impone una nueva obligación en relación con la Implantación de "sistemas de acceso fijo "Wireless" con soporte para conexión de banda ancha" a través de implantación de una estación base en 310 localidades en el Estado de São Paulo.

La imposición al Grupo Telefónica de obligaciones adicionales o más onerosas del Servicio Universal en aquellas jurisdicciones donde opera, podría conllevar consecuencias negativas en su negocio, situación financiera, resultados de operativos y/o flujos de caja.

Regulación de la fibra óptica

En España 6 de marzo de 2018, la CNMC aprobó una decisión final sobre la metodología de replicabilidad económica (ERT por sus siglas en inglés) usada para evaluar el máximo precio mayorista de acceso que Telefónica puede cobrar a otros operadores por acceder a la red de fibra óptica en áreas reguladas (NEBA local y servicios NEBA). De acuerdo con esta metodología, Telefónica estaría aplicando un precio de acceso mayorista (NEBA) de 17,57 €/mes desde abril de 2018, revisándose este valor dos veces al año para comprobar si las ofertas minoristas de Telefónica (productos emblemáticos de banda ancha) son económicamente replicables con dicho

precio mayorista NEBA. En julio de 2018, la CNMC aprobó una decisión final sobre la metodología para evaluar la replicabilidad de las ofertas minoristas de Telefónica para el sector empresarial.

Esta y otras obligaciones y restricciones similares que puedan ser impuestas en el futuro en las distintas jurisdicciones donde opera el Grupo Telefónica podrían elevar los costes y limitar la libertad de Telefónica para prestar los mencionados servicios, lo que podría afectar sustancialmente y de forma adversa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

Regulación sobre privacidad

En Europa, el Reglamento General de Protección de Datos (en adelante, “RGPD”) es directamente aplicable a todos los Estados Miembros desde el 25 de mayo de 2018 y los Estados Miembros, entre ellos España, Alemania y Reino Unido, han adoptado medidas de aplicación.

En España, el 5 de diciembre de 2018, se aprobó la Ley Orgánica de Protección de Datos personales y garantía de derechos digitales. Esta Ley implementa el RGPD en España, abordando varias particularidades relacionadas con el bloqueo de datos con fines judiciales o asuntos específicos en bases de datos con fines publicitarios o datos para personas fallecidas. Igualmente, implementa mecanismos procesales en el marco de investigaciones legales sobre posibles infracciones del GDPR.

Adicionalmente, el 10 de enero de 2017, la CE presentó su propuesta de reglamento sobre la protección de datos de comunicaciones electrónicas (en adelante, “e-Privacy”), que sustituirá a la actual Directiva 2002/58/CE. Esta propuesta de la CE implica un nivel regulatorio adicional por encima del RGPD y también introduce multas administrativas de hasta un 4% del volumen de negocios global anual de una empresa por incumplimiento del nuevo reglamento. En esta área, una estricta regulación en materia de protección de datos y privacidad puede resultar en una limitación en la capacidad de ofrecer servicios digitales innovadores tales como los servicios de Big Data. No se espera que se adopte este nuevo Reglamento antes de finales de 2019.

El Privacy Shield, adoptado por la CE el 12 de julio de 2016 para establecer el régimen global para las transferencias internacionales de datos de Europa a EEUU, fue impugnado ante el Tribunal General de la UE por grupos de activistas. Uno de los recursos no fue admitido a trámite, y la admisión de otra de las apelaciones está aún pendiente a fecha de este Informe Anual. La Comisión publicó los resultados de la segunda revisión anual del Privacy Shield el 19 de diciembre de 2018. El informe concluye que Estados Unidos sigue garantizando un nivel adecuado de protección de los datos personales transferidos internacionalmente en virtud del Privacy Shield y que las medidas adoptadas por las Autoridades estadounidenses para aplicar las recomendaciones formuladas por la Comisión en el informe del año 2017 han mejorado el funcionamiento del marco.

En Brasil, el 14 de agosto de 2018, fue aprobada la Ley de Protección de Datos (Ley 13.709/2018). Esta Ley, basada en el RGPD europeo, conlleva un mayor número de obligaciones y restricciones para los operadores en relación con la recogida de datos personales y su tratamiento. El texto fue aprobado en la Cámara de los Diputados y en el Senado, pero el presidente vetó la creación de la Autoridad de Protección de Datos Personales y del Consejo Nacional de Protección de Datos Personales y Privacidad, tras considerarlo inconstitucional. El 27 de diciembre de 2018, el Presidente de Brasil firmó una medida provisional 869/2018 mediante la cual se creaba la Autoridad Nacional de Protección de Datos (ANPD) y pospuso a agosto de 2020 la entrada en vigor de la nueva Ley de Protección de Datos. La aprobación de la medida provisional 869/2018 por el Congreso nacional y su conversión en ley sigue pendiente.

En Chile y Argentina, dos proyectos de ley en línea con el RGPD están en proceso de aprobación.

Cualquier obligación y restricción derivada de la nueva normativa sobre privacidad podría elevar los costes y limitar la libertad de Telefónica para prestar los mencionados servicios, el cual podría afectar sustancialmente y de forma adversa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

Regulación sobre la neutralidad de la red

Bajo el principio de neutralidad de red aplicable al ámbito de los servicios de acceso a internet, los operadores de red no pueden establecer restricciones técnicas o comerciales en cuanto a los terminales que se pueden

conectar ni a los servicios, o sobre las aplicaciones o los contenidos a los que se pueden acceder o distribuir a través de Internet por el usuario final. También se refiere al comportamiento de no discriminación injustificada (ej.: no anticompetitiva) a adoptar por parte de los operadores entre los distintos tipos de tráfico de Internet que circulan por sus redes.

La regulación sobre la neutralidad de la red se está implementado en los países de Europa y en la mayoría de países de Latinoamérica donde presta servicios el Grupo Telefónica.

En México, se espera que el IFT emita directrices en 2019.

Cualquier cambio en la regulación, como está establecido en varias jurisdicciones donde el Grupo Telefónica opera, podría limitar la flexibilidad comercial y generar un impacto en los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

El Grupo Telefónica está expuesto a riesgos en relación con el cumplimiento de la legislación contra la corrupción y los programas de sanciones económicas.

El Grupo Telefónica debe cumplir con las leyes y reglamentos de varias jurisdicciones donde opera. En particular, las operaciones internacionales del Grupo están sujetas a diversas leyes contra la corrupción, incluyendo la U.S. Foreign Corrupt Practices Act de 1977 (en adelante, "FCPA") y el United Kingdom Bribery Act de 2010 (en adelante, "Bribery Act"), y los programas de sanciones económicas, incluyendo aquellos gestionados por las Naciones Unidas, la Unión Europea y los Estados Unidos, incluyendo la Oficina del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos para el Control de Activos Extranjeros (*U.S. Treasury Department's Office of Foreign Assets Control OFAC*). Las leyes contra la corrupción generalmente prohíben ofrecer cualquier cosa de valor a funcionarios con el fin de obtener o mantener negocios o asegurar cualquier ventaja empresarial indebida. El Grupo Telefónica, en el desempeño del negocio puede tratar con entidades cuyos empleados son considerados como funcionarios. Adicionalmente, los programas de sanciones económicas restringen las relaciones del Grupo con ciertos países, individuos y entidades sancionados.

Aunque el Grupo cuenta con normativa interna y procedimientos establecidos para asegurar el cumplimiento de las leyes contra la corrupción y la normativa aplicable a sanciones, no puede garantizar que esta normativa y procedimientos sean suficientes, o que los empleados, consejeros, directores, socios, agentes y proveedores de servicios del Grupo no actúen infringiendo la normativa y procedimientos del Grupo (o, igualmente infringiendo las leyes pertinentes en materia de lucha contra la corrupción y sanciones) y por tanto el Grupo o dichas personas o entidades puedan en última instancia considerarse responsables. El incumplimiento de las leyes contra la corrupción y sanciones podría dar lugar a sanciones financieras, a la resolución de contratos públicos, dañar nuestra reputación y a otras consecuencias que podrían afectar de forma negativa a los negocios, a los resultados operativos y a la situación financiera del Grupo.

Actualmente la Compañía está llevando a cabo investigaciones internas en varios países sobre posibles infracciones de las leyes contra la corrupción. La Compañía continúa cooperando con autoridades gubernamentales y prosiguiendo con las investigaciones en marcha. Aunque no es posible en este momento predecir el alcance o la duración de estos asuntos, o su resultado probable, se considera que cualquier potencial sanción como resultado de la resolución de estas investigaciones, no afectaría de forma material a la situación financiera del Grupo considerando su tamaño.

El Grupo Telefónica puede no anticiparse o adaptarse de forma oportuna a la continua evolución de las demandas cambiantes de los clientes y/o al desarrollo de nuevos estándares éticos o sociales, lo que podría afectar adversamente a sus negocios y a la reputación de la compañía.

Para mantener y mejorar la posición en el mercado frente a los competidores es vital que Telefónica tenga la capacidad de anticiparse y adaptarse a las necesidades y demandas cambiantes de los clientes, y que evite actuaciones comerciales que generen una percepción negativa sobre el Grupo o los productos y servicios ofrecidos o que pueda tener o sea percibido que tenga un impacto negativo en la sociedad. Adicionalmente al posible daño reputacional en Telefónica, dichas actuaciones podrían dar lugar a multas y sanciones.

Existe una demanda social y regulatoria creciente para que las empresas se comporten de una manera socialmente responsable. A ello se suma que los riesgos asociados a un potencial daño en la reputación de la

marca se han vuelto más relevantes, especialmente por el impacto que puede generar la publicación de noticias a través de redes sociales.

Si Telefónica no pudiera anticiparse o adaptarse a las necesidades y demandas cambiantes de los clientes o evitar actuaciones inadecuadas, la reputación podría verse afectada negativamente o por otro lado podría tener un efecto negativo en los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo Telefónica.

La posición competitiva de Telefónica en algunos mercados podría verse afectada por la evolución de la competencia y la consolidación del mercado.

El Grupo Telefónica opera en mercados altamente competitivos por lo que existe el riesgo de que la Compañía no sea capaz de comercializar sus productos y servicios de manera eficiente o reaccionar adecuadamente frente a las distintas acciones comerciales realizadas por los competidores. El Grupo puede no cumplir sus objetivos de crecimiento o de retención de clientes y pudiendo resultar en la disminución de beneficios y márgenes de ingresos del Grupo.

Además, la consolidación del mercado, así como las operaciones de fusiones, adquisiciones, alianzas y acuerdos de colaboración con terceros, pueden afectar a la posición competitiva de Telefónica, y afectar a la eficiencia de las operaciones e incluso a la continuidad del negocio.

La entrada de nuevos competidores en mercados donde somos líderes, así como los cambios en la dinámica del mercado con ofertas agresivas de datos y despliegues de banda ancha por parte de la competencia, o la fusión de operadores en determinados mercados, ha afectado a la posición competitiva de Telefónica, impactando negativamente en la evolución de los ingresos y en la cuota de clientes.

Si no fuéramos capaces de afrontar los desafíos planteados por nuestros competidores, se podrían ver afectados de forma negativa los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

Telefónica opera en un sector caracterizado por los rápidos cambios tecnológicos y podría no anticiparse, adaptarse a dichos cambios o no seleccionar las inversiones más adecuadas ante dichos cambios.

El ritmo de la innovación y la capacidad de Telefónica para mantenerse al día con sus competidores es un tema crítico en un sector tan afectado por la tecnología, como las telecomunicaciones.

Mientras la automatización y otros procesos digitales pueden llevar a costes significativos e incrementos en la eficiencia, existen riesgos significativos asociados a dicha transformación de procesos.

Constantemente surgen nuevos productos y tecnologías que pueden dejar obsoletos algunos de los productos y servicios ofrecidos por el Grupo Telefónica, así como su tecnología. Asimismo, la explosión del mercado digital y la incursión de nuevos agentes en el mercado de las comunicaciones, como MNVOs, las compañías de Internet o los fabricantes de dispositivos, podrían implicar la pérdida de valor de determinados activos, así como afectar a la generación de ingresos o provocar una actualización del modelo de negocio de Telefónica. Esto obliga a Telefónica a invertir en el desarrollo de nuevos productos, tecnología y servicios para continuar compitiendo con eficiencia con los actuales o futuros competidores, pudiendo, por esta razón, verse reducidos los beneficios, y los márgenes asociados a los ingresos de sus negocios. Adicionalmente, dicha inversión pudiera no llevar al desarrollo o comercialización de nuevos productos o servicios exitosos. En este sentido, los márgenes del negocio tradicional de voz y datos se están reduciendo, mientras que se generan nuevas fuentes de ingresos de Internet móvil y servicios de conectividad que están poniendo en marcha. Ejemplos de estos servicios incluyen servicios de IPTV, IoT, servicios financieros, de seguridad y servicios en la nube.

El gasto total de I+D del Grupo fue de 947 millones en 2018, que supone un aumento del 9,8% respecto de los 862 millones de 2017 (906 millones de euros 2016). Estos gastos a su vez representaron el 1,9%, 1,7%, y 1,7% de los ingresos consolidados en 2018, 2017 y 2016, respectivamente. Estas cifras han sido calculadas usando las guías establecidas en el manual de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico ("OCDE").

Una de las tecnologías por la que están apostando en la actualidad los operadores de telecomunicaciones, entre otros, Telefónica (en España y Latinoamérica), son las nuevas redes tipo FTTx, que permiten ofrecer accesos de

banda ancha sobre fibra óptica con altas prestaciones, tales como conexiones a Internet de 600MB o servicios de televisión de alta definición. Sin embargo, el despliegue de dichas redes, en el que se sustituye total o parcialmente el cobre del bucle de acceso por fibra óptica, implica elevadas inversiones. A 31 de diciembre de 2018, en España, la cobertura de fibra hasta el hogar alcanzó [20,2] millones de unidades inmobiliarias. Existe una creciente demanda de los servicios que las nuevas redes ofrecen al cliente final; no obstante, el elevado nivel de las inversiones requiere un continuo análisis del retorno de las mismas, y no existe certeza sobre la rentabilidad de estas inversiones.

Adicionalmente, la capacidad de adaptación de los sistemas de información del Grupo Telefónica, tanto los operacionales como de soporte, para responder adecuadamente a las necesidades operativas de la Compañía, es un factor relevante a considerar en el desarrollo comercial, la satisfacción del cliente y la eficiencia del negocio. Cualquier fallo del del Grupo Telefónica en el desarrollo o implementación de los sistemas informáticos que respondan adecuadamente a los cambiantes requisitos operativos del Grupo podría tener un impacto negativo en los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o la generación de caja del Grupo.

Si no fuéramos capaces de anticiparnos y adaptarnos a los cambios tecnológicos y tendencias del sector, o seleccionar adecuadamente las inversiones a realizar, ello podría afectar de forma negativa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

La Compañía depende de una red de proveedores.

La existencia de proveedores críticos en la cadena de suministro, especialmente en áreas como infraestructura de red, sistemas de información o terminales con alta concentración en un reducido número de proveedores, plantea riesgos que pudieran afectar las operaciones de Telefónica, así como causar eventuales contingencias legales o daños a la imagen de la compañía en caso de que se produjeran prácticas que no cumplan con los estándares aceptables o que de otro modo no cumplan con las expectativas de desempeño de Telefónica de algún participante en la cadena de suministro. Esto incluye retrasos en la finalización de proyectos o entregas, ejecuciones de baja calidad, desviaciones de costes y prácticas inapropiadas.

A 31 de diciembre de 2018 el Grupo Telefónica contaba con dos proveedores de terminales y diez proveedores de infraestructura de red que aunaban el 71% y 80%, respectivamente, del importe adjudicado de los contratos. Uno de los proveedores de terminales representaba un 42% del total de adjudicaciones de terminales a dicha fecha.

Estos proveedores pueden, entre otras cosas, extender los plazos de entrega, subir los precios y limitar el suministro debido a la falta de stock y a requerimientos del negocio o por otras razones. Además, los proveedores en los que se apoya Telefónica también pueden estar sujetos a litigios asociados con la tecnología de la que depende Telefónica, incluyendo litigios relacionados con reclamaciones e infracción de patentes. Tales reclamaciones se realizan con frecuencia en la industria de las comunicaciones

Si los proveedores no pudiesen suministrar sus productos al Grupo Telefónica en el plazo acordado o tales productos y servicios no cumplen con los requerimientos del Grupo, podrían comprometer los planes de despliegue y expansión de la red, lo que en determinados supuestos podría llegar a afectar al cumplimiento de los términos y condiciones de los títulos bajo los que opera el Grupo Telefónica, o comprometer los negocios y los resultados operativos del Grupo Telefónica. En este sentido, la posible adopción de medidas proteccionistas en ciertas partes del mundo, incluyendo las derivadas del resultado de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, podría afectar de forma negativa sobre algunos de los proveedores de Telefónica y otros operadores del sector. La imposición de restricciones al comercio puede resultar en costes más altos y márgenes inferiores y podría afectar de forma negativa a los negocios del Grupo, situación financiera, resultados de las operaciones y/o los flujos de caja.

Eventuales fallos en la red pueden producir pérdida de calidad o la interrupción del servicio.

Las interrupciones de red imprevistas por fallos del sistema, incluidas las debidas a desastres naturales ocasionados por eventos o fenómenos naturales o meteorológicos, fallos de red, fallos de hardware o software, sustracción de elementos de red o un ataque cibernético que afectan a la calidad o causan la interrupción de la prestación de los servicios del Grupo Telefónica, pueden provocar la insatisfacción de los clientes, una reducción de los ingresos y del tráfico, conllevar la realización de reparaciones costosas, la imposición de

sanciones o de otro tipo de medidas por parte de los organismos reguladores, y perjudicar la imagen y reputación del Grupo Telefónica o podría tener un efecto adverso en el negocio, la situación financiera, los resultados de las operaciones y / o los flujos de efectivo del Grupo.

La tecnología de la información es un elemento relevante de nuestro negocio y podría verse afectado por los riesgos de ciberseguridad.

El Grupo opera en un entorno de ciberamenazas crecientes. Consecuentemente es necesario para el Grupo seguir avanzando en la identificación y detección de vulnerabilidades técnicas y en la capacidad de reacción ante incidentes. Esto incluye la necesidad de fortalecer los controles de seguridad en la cadena de proveedores así como poner un mayor foco en las medidas de seguridad adoptadas por los socios del Grupo y otras terceras partes.

Las empresas de telecomunicación de todo el mundo se enfrentan a un incremento de las amenazas a la ciberseguridad, a medida que sus negocios son cada vez más dependientes de las telecomunicaciones y redes informáticas y adoptan tecnología en la nube. Las amenazas a la ciberseguridad pueden suponer el acceso no autorizado a los sistemas de Telefónica o la instalación de virus informáticos o software maliciosos en sus sistemas para apropiarse indebidamente de datos de los consumidores y otra información sensible, corromper los datos de Telefónica o perjudicar el funcionamiento de sus operaciones. El acceso no autorizado puede también lograrse por medios tradicionales como la sustracción de ordenadores portátiles, de dispositivos de almacenamiento de datos y de teléfonos móviles y la obtención de información de los empleados con acceso a ella. Además, los empleados del Grupo u otras personas pueden tener acceso, autorizado o no, a los sistemas del Grupo y/o realizar actos que afecten a sus redes de manera inconsistente con las políticas del Grupo o que de otro modo afecten de forma negativa al Grupo o su capacidad para procesar adecuadamente la información interna.

Telefónica intenta mitigar estos riesgos adoptando una serie de medidas, como la instalación de sistemas de “backup”, revisión de registros, comprobaciones de vulnerabilidades, medidas de segregación de red y sistemas de protección como “cortafuegos”, prevención de intrusiones, sistemas de prevención, detección de virus y otras medidas de seguridad física y lógica. Sin embargo, la aplicación de estas medidas no siempre es efectiva. El Grupo Telefónica tiene en vigor pólizas de seguro que podrían cubrir, sujeto a los términos, condiciones, exclusiones, límites y sublímites de indemnización, y deducibles aplicables, ciertas pérdidas financieras derivadas de este tipo de incidentes. Hasta la fecha las pólizas de seguro en vigor han cubierto algunos incidentes de este tipo; no obstante, debido a la potencial severidad e incertidumbre de este tipo de eventos, dichas pólizas podrían no cubrir en su totalidad la pérdida financiera derivada de un evento individual de esta clase.

Posibles cambios de carácter regulatorio, empresarial, económico o político y otros factores que podrían dar lugar al posible saneamiento contable de determinados activos.

El Grupo Telefónica revisa anualmente, o con mayor frecuencia si las circunstancias así lo requieren, el valor de sus activos y unidades generadoras de efectivo, para determinar si su valor contable puede ser soportado por la generación de caja esperada por los mismos que, en algunos casos, incluyen las sinergias esperadas incluidas en el coste de adquisición. Posibles cambios de carácter regulatorio, empresarial, económico o político podrían suponer la necesidad de incluir modificaciones en las estimaciones efectuadas y la necesidad de llevar a cabo saneamientos en los fondos de comercio, intangibles, inmovilizado material o activos financieros. El reconocimiento del deterioro de valor de estos activos, si bien no comporta una salida de caja, afecta negativamente al resultados operativo. En este sentido, el Grupo Telefónica ha afrontado diversas correcciones del valor de algunas de sus participaciones que han tenido impacto en los resultados operativos del ejercicio en que fueron realizados. En el ejercicio 2018 se reconocieron pérdidas por deterioro de valor de fondo de comercio en México por un total de 350 millones. En el ejercicio 2017 no se procedió a realizar ningún ajuste de valor. En el ejercicio 2016, se reconocieron pérdidas por deterioro de valor de fondo de comercio por un total de 215 millones de euros, correspondientes a las operaciones de Telefónica en Venezuela (124 millones de euros) y en México (91 millones de euros). Adicionalmente, Telefónica podría no recuperar los activos por impuestos diferidos del estado de situación financiera para compensar futuros beneficios tributables. La recuperabilidad de los activos por impuestos diferidos depende de la capacidad del Grupo para generar beneficios tributables en el periodo en el que dichos activos por impuestos diferidos siguen siendo deducibles. Si Telefónica creyera que no va a ser capaz de utilizar sus activos por impuestos diferidos durante dicho periodo,

sería necesario registrar un deterioro en la cuenta de resultados, que no tendría impacto en caja. En 2018, Telefónica Móviles México registró una reversión de los activos por impuestos diferidos por importe de 327 millones de euros.

El detalle de los activos intangibles y fondo de comercio del Grupo se incluyen en la Notas 6 y 7 de las Cuentas anuales de 2018.

Las redes del Grupo Telefónica transportan y almacenan grandes volúmenes de datos confidenciales, personales y de negocio, y sus servicios de acceso a Internet y servicios de alojamiento pueden dar lugar a reclamaciones por el uso ilegal o ilícito de Internet.

Las redes del Grupo Telefónica transportan y almacenan grandes volúmenes de datos confidenciales, personales y de negocio, tanto por el tráfico de llamadas como de datos. El Grupo Telefónica almacena cantidades cada vez mayores y más variados tipos de datos de clientes, tanto en el segmento empresas como en el residencial. A pesar de los mejores esfuerzos para prevenirlo, el Grupo Telefónica puede ser considerado responsable de la pérdida, cesión o modificación inadecuada de los datos de sus clientes o de público en general que se almacenan en sus servidores o son transportados por sus redes, lo que podría involucrar a mucha gente y tener un impacto en la reputación del Grupo, así como dar lugar a reclamaciones judiciales y responsabilidades difíciles de cuantificar con anticipación.

Asimismo, los servicios de acceso a Internet y servicios de alojamiento del Grupo Telefónica pueden dar lugar a reclamaciones por el uso ilegal o ilícito de Internet. Al igual que el resto de proveedores de servicios de telecomunicaciones, es posible que Telefónica sea considerada responsable de la pérdida, cesión o modificación inapropiada de los datos de clientes almacenados en sus servidores o transportados por las redes de Telefónica.

En la mayoría de los países en los que el Grupo Telefónica opera, la provisión de los servicios de acceso a Internet y de alojamiento (incluyendo sitios web con contenido auto-generado) está regulada por un régimen de responsabilidad limitada aplicable a los contenidos que Telefónica pone a disposición del público como un mero proveedor de acceso, en especial contenidos protegidos por derechos de autor o leyes similares. Sin embargo, los recientes cambios regulatorios han introducido obligaciones adicionales a los proveedores de acceso (como el bloqueo del acceso a un sitio web), como parte de la lucha contra algunos usos ilegales o ilícitos de Internet, fundamentalmente en Europa.

Cualquier punto de los mencionados anteriormente podría afectar adversamente al negocio, la posición financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

Telefónica y las sociedades del Grupo son parte en litigios, reclamaciones de carácter fiscal, de competencia y otros procedimientos judiciales.

Telefónica y las sociedades del Grupo son parte en litigios, reclamaciones de carácter fiscal, de competencia y otros procedimientos judiciales en el curso ordinario de sus negocios cuyo resultado es impredecible. Un resultado adverso o un acuerdo extrajudicial de estos o otros litigios o contenciosos podrían representar un coste significativo y tener un efecto negativo material en los negocios, la situación financiera, los resultados, la reputación o la generación de caja del Grupo. En particular, el Grupo Telefónica es parte en determinadas reclamaciones fiscales, destacando los litigios fiscales abiertos en Perú por la liquidación del impuesto de la renta de ejercicios anteriores, cuyo proceso contencioso-administrativo se encuentra actualmente en marcha; y los procedimientos fiscales y regulatorios abiertos en Brasil, fundamentalmente en relación al ICMS (impuesto brasileño que grava los servicios de telecomunicaciones) y al Impuesto sobre Sociedades. Un mayor detalle de los litigios, multas y sanciones puede verse en las Notas 22 y 26 de las Cuentas Anuales Consolidadas. El detalle de las provisiones por litigios, sanciones fiscales y reclamaciones puede consultarse en la Nota 21 de las Cuentas Anuales Consolidadas.

La industria de las telecomunicaciones podría verse afectada por factores relativos a la Sostenibilidad y Medio Ambiente. Podría verse asimismo afectada por los posibles efectos que los campos electromagnéticos pudieran tener sobre la salud.

La actividad y los activos de Telefónica (incluidas sus torres y cables submarinos) están ubicados en muchas áreas que están sometidas a desastres naturales y a un clima severo, y podrían verse perjudicados en un futuro

por el cambio climático. Los factores relacionados con el clima, tales como las olas de calor, la sequía, los niveles del mar, las tormentas o las inundaciones, podrían dar lugar a interrupciones inesperadas de la red y a reparaciones costosas e impactar negativamente en la demanda de los servicios de Telefónica en las zonas afectadas. Además, si el seguro del Grupo no cubriera por completo las interrupciones del negocio o las pérdidas resultantes de estos eventos, cualquiera de los factores anteriores podría afectar de forma negativa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.

Asimismo, las restricciones gubernamentales, los estándares o la regulación dirigida a reducir las emisiones de gases efecto invernadero o los posibles impactos del cambio climático pueden dar lugar a un aumento de los precios de la energía, el transporte u otras materias primas o costes de suministro. Adicionalmente, las respuestas de las políticas locales, nacionales e internacionales al cambio climático, tales como los precios del carbono o la imposición de tasas, la limitación a las emisiones o la retirada de subvenciones también podrían conducir a una obsolescencia o deterioro financiero de algunos de los activos del Grupo. Además, el Grupo puede enfrentarse a una mayor presión reputacional si se percibe que sus actividades son contradictorias con la lucha contra el cambio climático.

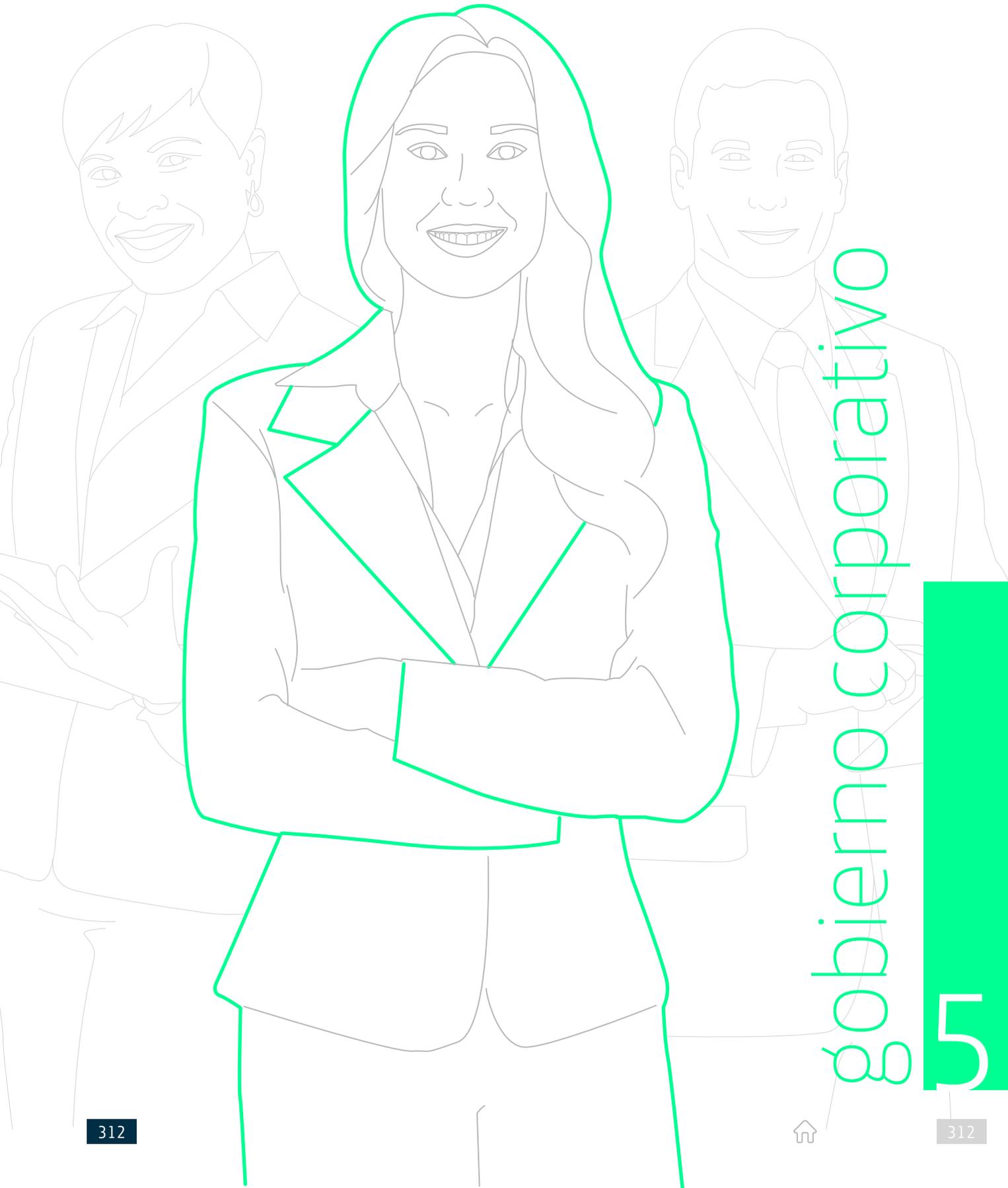
Si bien el Grupo ha adoptado varias medidas para incrementar su resiliencia al cambio climático y limitar su huella de carbono, no hay certeza de si dichas medidas serán efectivas o suficientes.

La industria de las telecomunicaciones podría verse afectada también por los posibles efectos que los campos electromagnéticos, emitidos por dispositivos móviles y estaciones base, pudieran tener sobre la salud, así como por la preocupación social existente en relación con estos asuntos. Esta preocupación social ha llevado a algunos gobiernos y administraciones a tomar medidas que han comprometido el despliegue de las infraestructuras necesarias para asegurar la calidad del servicio y que han afectado a los criterios de despliegue de nuevas redes y al desarrollo de servicios digitales como los contadores inteligentes.

Existe consenso de varios grupos de expertos y agencias públicas de salud, incluida la Organización Mundial de la Salud, que afirman que hasta el momento no se han establecido riesgos probados de exposición a las bajas señales de radiofrecuencia de las comunicaciones móviles. La comunidad científica continúa investigando este tema, sobre todo en relación con dispositivos móviles.

La preocupación en cuanto a los campos electromagnéticos puede desalentar el uso de la telefonía móvil y nuevos servicios digitales, y podría llevar a las autoridades gubernamentales a imponer restricciones significativas en cuanto a la ubicación y la operativa de las antenas o celdas y al uso de teléfonos móviles, así como al despliegue de contadores inteligentes y otros productos que emplean la tecnología móvil. Esto podría conducir a la imposibilidad de ampliar o mejorar la red móvil del Grupo.

Cualquiera de los factores anteriores podría afectar de forma negativa a los negocios, la situación financiera, los resultados operativos y/o los flujos de caja del Grupo.



gobierno corporativo

5

Informe anual de Gobierno Corporativo

- » Existe información pública más detallada en el Informe de Gobierno Corporativo de Telefónica.



Más información.

102-24
102-25
102-28
102-37



+ información



Otra información

- » 6.1. Liquidez y recursos de capital
- » 6.2. Acciones propias
- » 6.3. Acontecimientos posteriores
- » 6.4. Información sobre el periodo medio de pago de las compañías españolas
- » 6.5. Glosario

6.1. Liquidez y recursos de capital

Financiación

Durante el ejercicio 2018, la actividad de financiación de Telefónica ha ascendido a aproximadamente 12.494 millones de euros, (sin considerar la refinanciación de papel comercial y préstamos bancarios a corto plazo) y se centra en mantener una sólida posición de liquidez, así como en refinanciar y extender los vencimientos de deuda (en un entorno de tipos bajos).

Las principales operaciones de financiación de 2018 en el mercado de bonos han sido las siguientes:

Concepto	Fecha de emisión	Fecha de vencimiento	Nominal (millones)			Cupón
			Divisa	Euros	Moneda de emisión	
Telefónica Emisiones, S.A.U.						
Bono EMTN	22/01/2018	22/01/2027	1.000	1.000	EUR	1,447 %
Bono SHELF	06/03/2018	06/03/2038	750	655	USD	4,665 %
Bono SHELF	06/03/2018	06/03/2048	1.250	1.091	USD	4,895 %
Bono EMTN	11/09/2018	11/09/2025	1.000	1.000	EUR	1,495 %
O2 Telefónica Deutschland Finanzierungs GmbH						
Bono	05/07/2018	05/07/2025	600	600	EUR	1,750 %

Durante 2018 no ha habido disposiciones de las principales operaciones de financiación formalizadas en 2018 en el mercado bancario.

Recursos disponibles

Al 31 de diciembre de 2018, la liquidez de Telefónica asciende a 20.119 millones de euros, que incluye: las líneas de crédito disponibles y comprometidas con diferentes entidades de crédito por 12.219 millones de euros (de los cuáles 11.887 millones de euros tienen un vencimiento superior a doce meses); efectivo y equivalentes de efectivo y activos financieros a corto plazo.

En las Notas 15, 16 y 17 de los estados financieros consolidados se recoge información adicional en relación con las fuentes de liquidez de la Compañía, las líneas de crédito disponibles, la gestión del riesgo de liquidez, información relativa al nivel de endeudamiento de la compañía, así como información sobre la gestión del capital.

Compromisos contractuales

En la Nota 23 de los estados financieros consolidados se recoge la información relativa a los compromisos en firme que requerirán una salida de efectivo en el futuro como consecuencia de compromisos por compras y prestación de servicios relacionados con la actividad principal de la Compañía, así como de arrendamientos operativos de edificios y de activos vinculados a la actividad de la Compañía, principalmente.

Gestión del riesgo de crédito

El Grupo Telefónica considera la gestión del riesgo de crédito de clientes como uno de los elementos esenciales para contribuir a los objetivos de crecimiento del negocio de manera sostenible. Esta gestión se basa en la evaluación activa del riesgo asumido en las operaciones comerciales, de forma que se valore adecuadamente la relación rentabilidad-riesgo, y en la necesaria independencia entre las funciones de originación y gestión del riesgo.

En las diferentes empresas del Grupo se establecen procedimientos de autorización y gestión formales, teniendo en cuenta las mejores prácticas en la gestión del riesgo crediticio pero adaptadas a las particularidades de cada mercado. Se evalúan especialmente aquellas operaciones con clientes que pudieran generar un impacto significativo en los estados financieros del Grupo y aquellos productos que, por su público objetivo, plazo,

canales de comercialización, u otras características comerciales, supongan una intensificación del riesgo, para los cuales se establecen diversas medidas de gestión para mitigar la exposición al riesgo de crédito. Estos procedimientos incluyen:

- Modelos estadísticos/expertos para la admisión de clientes que permiten anticipar y gestionar la probabilidad de impago asociada a los mismos.
- Herramientas de gestión que permiten segmentar estrategias de admisión por producto, canal, geografía y tipo de cliente.
- Monitorización continua de la solvencia y hábitos de pago de los clientes en cartera.
- Procesos de cobranza internos y externos orientados a incrementar la recuperación de la deuda, con actividades diferenciadas en función del perfil y antigüedad del incumplimiento.
- Supervisión y evaluación constante de la exposición al riesgo de créditos.

La valoración del riesgo de crédito comercial está integrada en los procesos operativos del día a día, orientando tanto la tipología de productos y servicios disponible para los diferentes perfiles crediticios como las estrategias de gestión a lo largo del ciclo de vida del cliente.

Calificación crediticia

A 31 de diciembre de 2018, la calificación crediticia de la deuda a largo plazo de Telefónica, S.A. es de "BBB perspectiva estable" por Fitch, "Baa3 perspectiva estable" por Moody's y "BBB perspectiva estable" por Standard & Poor's. Durante este ejercicio no se han producido variaciones en las calificaciones crediticias por parte de ninguna de las tres agencias. Las últimas variaciones tuvieron lugar en 2016 cuando Moody's revisó la calificación crediticia y perspectiva de "Baa2 con perspectiva negativa" a "Baa3 con perspectiva estable" el 7 de noviembre de 2016, Fitch rebajó la calificación crediticia de "BBB+ con perspectiva estable" a "BBB con perspectiva estable" el 5 de septiembre de 2016 y Standard and Poor's revisó la perspectiva de "positiva" a "estable" el 17 de mayo de 2016.

La decisión de la Comisión Europea de bloquear la operación de venta de O2 UK a Hutchison's Three U.K en 2016 tuvo impacto en los ratings y perspectivas de crédito por parte de Moody's y Standard and Poor's al considerar que esta decisión demoraría el ritmo de desapalancamiento de la Compañía. Entre las actuaciones realizadas por Telefónica para proteger la calificación crediticia en 2018 destaca la intensa actividad de financiación desarrollada durante el ejercicio, aprovechando un entorno de tipos de interés históricamente bajos, para alargar el vencimiento medio de la deuda junto con el mantenimiento de un nivel de liquidez adecuado y la gestión activa de nuestra cartera de activos mediante la ejecución de la desinversión de un 16,65% de Pontel Participaciones S.L. que es titular del 60% del capital social de la sociedad Telxius Telecom, S.A.

Política de dividendos

La política de dividendos de Telefónica, S.A. se revisa anualmente teniendo en cuenta los beneficios del Grupo, la generación de caja, la solvencia, la liquidez, la flexibilidad para acometer inversiones estratégicas, y las expectativas de los accionistas e inversores.

El 27 de octubre del 2016, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. anunció su política de dividendos para el año 2017, que sería de 0,40 euros por acción: 0,20 euros en el cuarto trimestre de 2017 y 0,20 euros en el segundo trimestre de 2018, ambos en efectivo.

El 29 de marzo de 2017 el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. decidió definir los periodos de pago de sus dividendos, de tal forma que, a partir de ese momento, el pago del dividendo en el segundo trimestre tendrá lugar en el mes de junio y el pago del dividendo en el cuarto trimestre tendrá lugar en el mes de diciembre, en ambos casos no más tarde del tercer viernes del mes correspondiente.

En este sentido, los dividendos que se hicieron efectivos durante el año 2017 se pagaron el 16 de junio y el 14 de diciembre.

En febrero de 2018, Telefónica anunció la política de remuneración para 2018: 0,40 euros por acción en efectivo, pagadero en diciembre de 2018 (0,20 euros por acción) y en junio de 2019 (0,20 euros por acción).

La Junta General de Accionistas celebrada en 2018 aprobó un reparto de dividendo en efectivo con cargo a reservas de libre disposición, mediante el pago durante 2018 de la cantidad fija de 0,40 euros brutos, pagadera en dos tramos, 0,20 euros brutos por acción el día 15 de junio de 2018 y 0,20 euros brutos por acción el día 20 de diciembre de 2018.

6.2. Acciones propias

Telefónica ha realizado, y puede considerar realizar, operaciones con acciones propias y con instrumentos financieros o contratos que otorguen derecho a la adquisición de acciones propias, o cuyo subyacente sean acciones de la Sociedad.

Las operaciones de autocartera tendrán siempre finalidades legítimas, entre otras:

- ejecutar programas de compra de acciones propias aprobados por el Consejo de Administración o acuerdos de la Junta General de Accionistas,
- cumplir compromisos legítimos previamente contraídos,
- cubrir programas de acciones entregables a los empleados y directivos,
- otros fines admisibles conforme a la normativa aplicable. En el pasado, las acciones propias compradas en el mercado bursátil se han utilizado para canjearlas por otros títulos-valores (como en el caso de las participaciones preferentes), intercambiarlas por participaciones en otras compañías (como el caso del canje de acciones con KPN), o reducir el número de acciones en circulación (mediante amortización de las acciones compradas) para mejorar los beneficios por acción.

Las operaciones de autocartera no se realizarán en ningún caso sobre la base de información privilegiada, ni responderán a un propósito de intervención en el libre proceso de formación de los precios. En particular, se evitará la realización de cualquiera de las conductas referidas en los artículos 83.ter.1 de la Ley del Mercado de Valores, 2 del Real Decreto 1333/2005, de 11 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley del Mercado de Valores, en materia de abuso de mercado.

Al 31 de diciembre de 2018, 2017 y 2016 Telefónica, S.A. era titular de acciones propias en autocartera, según se detalla en el cuadro que sigue:

	Número de acciones	Euros por acción		Valor Bursátil (*)	%
		Adquisición	Cotización		
Acciones en cartera 31-12-18	65.496.120	10,48	7,34	481	1,26145%
Acciones en cartera 31-12-17	65.687.859	10,48	8,13	534	1,26514%
Acciones en cartera 31-12-16	141.229.134	10,48	8,82	1.246	2,80339%

(*) Millones de euros

Durante los ejercicios 2018, 2017 y 2016 se han producido las siguientes operaciones con acciones propias:

	Número de acciones
Acciones en cartera 31-12-2015	141.639.159
Adquisiciones	77.087.297
Planes de opciones sobre acciones de empleados	(2.869.334)
Amortización de capital	(74.627.988)
Acciones en cartera 31-12-2016	141.229.134
Adquisiciones	—
Planes de opciones sobre acciones de empleados	(3.518.795)
Amortización de capital	(72.022.480)
Acciones en cartera 31-12-2017	65.687.859
Adquisiciones	—
Planes de opciones sobre acciones de empleados	(191.739)
Otros movimientos	—
Acciones en cartera 31-12-2018	65.496.120

Durante el ejercicio 2018 y 2017 no se han realizado compras de acciones propias (668 millones de euros en el ejercicio 2016).

La operación más significativa con acciones propias en 2017 fue el canje de acciones con Koninklijke KPN NV, por el que Telefónica entregó 72,0 millones de acciones de su autocartera (representativas del 1,43% de su capital social), a cambio de 178,5 millones de acciones de su filial Telefónica Deutschland Holding AG, representativas de un 6,0% del capital de dicha sociedad, por un importe de 754 millones de euros (véase Nota 5).

Con fecha 30 de septiembre de 2017 y 2018 se produjo el vencimiento del primer y segundo ciclos, respectivamente, de los planes de incentivos a largo plazo en acciones de Telefónica, S.A. denominados "Performance and Investment Plan 2014-2019" ("PIP 2014-2019") y "Talent for the Future Share Plan (TFSP)", que no supusieron entrega de acciones (véase Nota 24).

Con fecha 31 de julio de 2017 se produjo el vencimiento del plan "Global Employee Share Plan III". Se realizó la entrega de 3.187.055 acciones propias a los empleados del Grupo que cumplieron las condiciones establecidas para recibirlas (véase Nota 24).

Con fecha 30 de junio de 2016 se produjo el vencimiento del tercer ciclo del plan de incentivos a largo plazo en acciones de Telefónica, S.A. denominado "Performance and Investment Plan 2011-2016" ("PIP 2011-2016"), que no supuso entrega de acciones a los directivos del Grupo Telefónica.

El 13 de octubre de 2016, de acuerdo con la resolución adoptada en la Junta General de accionistas celebrada el 12 de mayo de 2016, se procedió al registro de la reducción de capital con amortización de 74.627.988 acciones propias que supuso una minoración de este epígrafe en 813 millones de euros.

La Compañía mantiene un instrumento financiero derivado liquidable por diferencias sobre un nominal equivalente a 21,7 millones de acciones de Telefónica en 2018 (35,2 millones de acciones en 2017), que se encuentra registrado en el epígrafe de "Pasivos financieros corrientes" del estado de situación financiera adjunto.

6.3. Acontecimientos posteriores

Desde el 31 de diciembre de 2018 y hasta la fecha de formulación de los presentes estados financieros consolidados, se han producido en el Grupo Telefónica los siguientes acontecimientos.

- El 23 de enero de 2019, Telefónica comunicó que Telefónica UK Limited y Vodafone Limited suscribieron un acuerdo no vinculante destinado a reforzar su actual acuerdo de compartición de redes en el Reino Unido. El objetivo es ampliar el plazo del acuerdo de compartición de redes existente e incluir 5G en los emplazamientos de red que ambas comparten, así como modernizar sus redes de transmisión con cables de fibra óptica de mayor capacidad. Asimismo, las partes tienen intención de delegar actividades adicionales en Cornerstone Telecommunications Infrastructure Limited (CTIL), empresa participada por ambas compañías, responsable de la gestión de la infraestructura pasiva de las torres de ambas partes.
- El 23 de enero de 2019, Telefónica comunicó que le ha sido notificada resolución parcialmente estimatoria dictada por el Tribunal Económico-Administrativo Central en el marco de las reclamaciones económico-administrativas interpuestas frente a las liquidaciones que pusieron fin a la inspección del Impuesto sobre Sociedades correspondiente a los ejercicios 2008 a 2011. Dicha estimación parcial dará lugar a la devolución de impuestos satisfechos en exceso en dichos ejercicios. En este momento no resulta posible cuantificar con exactitud el importe de dichas devoluciones por cuanto, como el propio Tribunal Económico-Administrativo Central establece en su resolución la cuantificación definitiva de lo que se resuelve deberá hacerse en ejecución del fallo.
- El 23 de enero de 2019, Telefónica, S.A. amortizó 100 millones de euros del préstamo bilateral formalizado el 20 de diciembre de 2017.
- El 24 de enero de 2019, la filial de Telefónica, Telefónica Centroamérica Inversiones, S.L., sociedad participada, directa e indirectamente, al 60% por Telefónica y al 40% por Corporación Multi Inversiones, alcanzó un acuerdo con América Móvil, S.A.B. de C.V. para la venta de la totalidad del capital social de Telefónica Móviles Guatemala, S.A. y el 99,3% de Telefónica Móviles El Salvador, S.A. de C.V. El cierre de la venta de Telefónica El Salvador está sujeto a las pertinentes condiciones regulatorias mientras que el cierre de la venta de Telefónica Móviles Guatemala tuvo lugar en dicha fecha.

El importe agregado de la transacción (enterprise value) para ambas compañías es de 648 millones de dólares estadounidenses (aproximadamente, 570 millones de euros al tipo de cambio del acuerdo, correspondiendo 293 millones de euros a Telefónica Móviles Guatemala y 277 millones de euros a Telefónica Móviles El Salvador).

- El 25 de enero de 2019, Telefónica Emisiones, S.A.U. amortizó obligaciones por importe de 150 millones de euros las cuales fueron emitidas el 25 de enero de 2017. Estas obligaciones contaban con la garantía de Telefónica, S.A.
- El 5 de febrero de 2019, Telefónica Emisiones, S.A.U., realizó al amparo de su Programa de emisión de deuda *Guaranteed Euro Programme for the Issuance of Debt Instruments* (Programa EMTN), una emisión de bonos en el euromercado con la garantía de Telefónica por un importe de 1.000 millones de euros. Esta emisión, con vencimiento el 5 de febrero de 2024, tiene un cupón anual del 1,069% y un precio de emisión a la par (100%). Los fondos netos que se obtengan de esta emisión servirán para financiar proyectos destinados a incrementar la eficiencia energética mediante la transformación de la red de cobre a fibra óptica en España.
- El 14 de febrero de 2019, una vez obtenidas las aprobaciones regulatorias pertinentes, Telefónica transmitió el 100% del capital social de Antares al Grupo Catalana Occidente por un importe total de 161 millones de euros.

En la misma fecha de la venta, Telefónica y el Grupo Catalana Occidente firmaron un acuerdo por el que el Grupo Catalana Occidente continuará gestionando las pólizas colectivas del Grupo Telefónica de forma exclusiva durante los próximos 10 años.

- El 18 de febrero de 2019, Telefónica, S.A. amortizó anticipadamente 500 millones de euros del préstamo bilateral de 1.000 millones de euros firmado el 26 de junio de 2014 y cuyo vencimiento original era el 26 de junio de 2019.
- Con fecha 20 de febrero de 2019, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. ha autorizado la venta de los negocios del Grupo Telefónica en Panamá, Nicaragua y Costa Rica. Se estima que el cierre del acuerdo tenga lugar en el corto plazo.

El detalle de los activos y pasivos de estas compañías a 31 de diciembre de 2018 es el siguiente:

Millones de euros	Telefónica Móviles Panamá, S.A.	Telefonía Celular de Nicaragua, S.A.	Telefónica de Costa Rica TC, S.A.
Activos no corrientes	332	146	177
Activos corrientes	34	38	51
Total Activos	366	184	228
Pasivos no corrientes	69	21	32
Pasivos corrientes	71	49	53
Total Pasivos	140	70	85

6.4. Información sobre el periodo medio de pago de las compañías españolas

Las compañías españolas del Grupo Telefónica adaptaron sus procesos internos y su política de plazos de pago a lo dispuesto en la Ley 15/2010 (modificada por la Ley 31/2014) y en el Real Decreto-ley 4/2013, que modifican la Ley 3/2004 por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. En este sentido, las condiciones de contratación a proveedores comerciales en el ejercicio 2018 han incluido periodos de pago iguales o inferiores a los 60 días, de acuerdo con los plazos pactados entre las partes.

Por motivos de eficiencia y en línea con los usos habituales del comercio, las diversas compañías del Grupo Telefónica en España tienen establecido un calendario de pago a proveedores en virtud del cual la mayor parte de los pagos se realizan en días fijos de cada mes. Las facturas cuyo vencimiento se produce entre dos días de pago, son satisfechas el siguiente día de pago fijado en calendario.

Los pagos a proveedores españoles que durante el ejercicio 2018 han excedido el plazo legal establecido, son derivados de circunstancias o incidencias ajenas a la política de pagos establecida, entre las que se encuentran principalmente el retraso en la emisión de facturas (obligación legal del proveedor), el cierre de los acuerdos con los proveedores en la entrega de los bienes o prestación del servicio, o procesos puntuales de tramitación.

El periodo medio de pago a proveedores de las compañías del Grupo Telefónica en España en 2018, calculado de acuerdo con los criterios establecidos en la disposición adicional única de la Resolución de 29 de enero de 2016 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, asciende a 49 días (53 días en 2017).

6.5. Glosario

A continuación, se presentan las definiciones de algunos términos técnicos utilizados en el presente Informe de Gestión:

“**Accesos**” se refiere a cualquier conexión o cualquier servicio de telecomunicaciones ofrecido por Telefónica. Un cliente puede contratar múltiples servicios, por lo que contabilizamos el número de accesos o servicios contratados por el cliente. Por ejemplo, un cliente que tiene una línea de telefonía fija y un servicio de banda ancha, representa dos accesos en lugar de uno.

“**Accesos de Telefonía Fija**” incluye la red telefónica pública conmutada, o PSTN, líneas telefónicas de uso público, y líneas y circuitos RDSI (servicios integrados de red digital). A efectos del cálculo de nuestro número de accesos de telefonía fija, multiplicamos nuestras líneas de servicio de la siguiente manera: PSTN (x1); RDSI básico (x1); primaria RDSI (x30, x20 o x10).

“**Accesos de Internet y Datos / Accesos de Banda Ancha Fija (BAF)**” incluye accesos de banda ancha minorista (accesos “ADSL”, accesos “VDSL”, satélite, fibra óptica y circuitos de más de 2 Mbps), banda estrecha (servicio de Internet a través de las líneas PSTN) y los circuitos restantes de clientes finales que no son de banda ancha. El “ADSL desnudo” permite a los clientes suscribirse a una conexión de banda ancha sin pagar cuota mensual de línea fija.

“**Accesos Móviles**”. Los accesos a la red móvil son de voz y/o datos (incluyendo la conectividad). Los accesos móviles se clasifican en accesos de contrato y prepago.

“**Accesos mayoristas**” se refiere al acceso que les proveemos a nuestros competidores, que luego ellos les venden a sus clientes residenciales o de empresas.

“**Accesos mayoristas ADSL**” significa accesos de banda ancha y fibra que ofrecemos a nuestros competidores, que luego venden servicios a través de estos accesos a sus clientes residenciales o de empresas.

“**Actividad comercial**” incluye las altas de accesos, la sustitución o canje de equipos celulares y las migraciones.

“**Altas**” corresponden al número de accesos nuevos en la compañía en un periodo.

“**ARPU**” es el ingreso medio por acceso por mes. El ARPU se calcula dividiendo el total de los ingresos brutos por servicio (excluyendo ingresos de roaming entrantes) procedentes de los accesos a una fecha en concreto dividido entre el número de meses del periodo, entre el número medio ponderado de los accesos para el mismo período, y luego se divide por el número de meses del periodo.

“**ARPU de Datos**” es el promedio de ingresos de datos por acceso al mes. El ARPU de datos se calcula dividiendo el total de los ingresos de datos (Servicios de mensajes simples (SMS), servicio de mensajería multimedia (MMS), resto de servicios de datos móviles como son la conectividad móvil e internet móvil, mensajes premium, descarga de tonos y logos, correo móvil y conectividad WAP) de los accesos en un periodo determinado, dividido por el número promedio ponderado de los accesos para el mismo período, y luego se divide por el período determinado.

“**Backhaul**” es el tramo de la red que va desde los circuitos propios o alquilados que se utilizan para transportar el tráfico desde las estaciones base (o sites) en las que es capturado hasta las centrales de conmutación donde es distribuido.

“**Banda Ancha Móvil**” incluye **Internet móvil** (acceso a internet desde dispositivos que también se utilizan para realizar llamadas de voz, como por ejemplo son los smartphones) e incluye **Conectividad móvil** (acceso a Internet desde dispositivos que complementan a la banda ancha fija, tales como “PC Cards /dongles”, que permiten la descarga en movimiento de grandes cantidades de datos).

“**Banda Ancha mayoristas**” se refiere al acceso de banda ancha o fibra que les proveemos a nuestros competidores, que luego ellos les venden a sus clientes residenciales o de empresas.

“**Bucle desagregado/compartido**” incluye los accesos a los dos extremos del bucle local de cobre alquilados a otros operadores para ofrecer servicios de voz y de DSL (bucle completamente desagregado) o sólo el servicio DSL (bucle desagregado compartido).

“**Bucle local**” es el circuito físico que conecta el punto de terminación de red en las dependencias del abonado a la red de distribución principal o instalación equivalente de la red pública de telefonía fija.

“**Churn**” indica el porcentaje de desconexiones sobre los accesos medios de un periodo determinado.

“**Cloud computing**” es un servicio o informática en la nube, más que un producto; el cual permite ofrecer servicios de computación a través de Internet. Servicio mediante el cual los recursos compartidos, software, e información se proporcionan a los ordenadores y a otros dispositivos como una utilidad en la red (normalmente Internet).

“**Cloud Phone**” es una aplicación que permite transferir archivos entre dos smartphones de manera sencilla.

“**Contenidos Catch Up**”, los contenidos que se pueden ver en su versión web a partir del día siguiente de su transmisión en TV y que permanecen disponibles un cierto periodo de días después de su publicación.

“**Convergente**” es ofrecer varios servicios por un único precio.

“**Cuota Mercado**” se refiere al porcentaje que representa el número de accesos finales o de ingresos del operador con respecto al mercado total existente en su área de concesión.

“**E-care**” son servicios de atención al cliente a través de Internet.

“**FTTH**” o “**Fibra para el Hogar**” es el uso e instalación de la fibra óptica desde un punto central directamente hasta edificios particulares como residencias, edificios de apartamentos y oficinas para proporcionar acceso a internet de alta velocidad.

“**FTTx**” es un término genérico para designar cualquier acceso de banda ancha sobre fibra óptica que sustituya total o parcialmente el cobre del bucle de acceso.

“**Ganancia Neta**” es la diferencia entre la base de accesos al cierre de un período y al comienzo de dicho período.

“**HDTV**” o “high definition TV” por sus siglas en inglés o **televisión de alta definición**, tiene al menos el doble de resolución que la televisión con definición estándar (SDTV), razón por la cual se puede mostrar mucho más detalle en comparación a un televisor analógico o un disco digital versátil (DVD) normal.

“**Ingresos**” se refiere a las ventas y a los ingresos provenientes de la prestación de los servicios.

“**Ingresos de datos no SMS**” son todos los ingresos de datos excluyendo los ingresos por SMS.

“**Ingresos de Interconexión**” son los ingresos recibidos de los otros operadores que utilizan nuestras redes para terminar sus llamadas o mensajes, o conectar con nuestros clientes.

“**Ingresos de Datos**” incluye los ingresos procedentes de SMS, MMS, otros servicios de datos móviles como la conectividad móvil e internet móvil, mensajes premium, descarga de tonos y logos, correo móvil y conectividad WAP al cliente final.

“**Ingresos del servicio**” se refiere a los ingresos menos los ingresos por venta de terminales. Los ingresos por servicios se relacionan principalmente con los servicios de telecomunicaciones, especialmente los ingresos de voz y datos (SMS y tráfico de datos de descarga y los ingresos de carga) consumidos por nuestros clientes.

“**IP TV**” (**Internet Protocol Television o televisión con protocolo de internet**) son sistemas de distribución por suscripción de señales de televisión o vídeo usando conexiones de banda ancha sobre el protocolo IP.

“**IT**” o tecnología de la información, es el estudio, diseño, desarrollo, implementación, soporte o dirección de los sistemas de información computarizados, en particular de software de aplicación y hardware de computadoras.

“**LTE**” significa Long Term Evolution o tecnología de acceso móvil 4G.

“**Must carry**” es la obligación de la TV de Pago (cable/satélite) de tener que incorporar ciertas cadenas de TV abierta.

“**MVNO**”, u operador móvil virtual, es un operador de telefonía móvil que no tiene derecho a usar el espectro para la prestación de servicios móviles. En consecuencia, un Operador Móvil Virtual debe suscribir un acuerdo

de acceso con un operador de red móvil para ofrecer acceso móvil a sus clientes. Un MVNO paga una cuantía al operador de red móvil por el uso de la infraestructura para facilitar la cobertura a sus clientes.

“**M2M**” o máquina a máquina, se refiere a las tecnologías que permitan tanto a los sistemas móviles e inalámbricos comunicarse con otros dispositivos de la misma capacidad.

“**OTT**” o “**over the top services**” son servicios a través de internet (como televisión).

“**Paquetes**” son productos combinados que combinan servicios fijos (línea fija, banda ancha y televisión) y servicios móviles.

“**Retransmisión consentida**” (“**must offer**”): obligación que se impone a las cadenas de TV abierta de ofrecer sus canales a determinados difusores de TV de Pago (cable/satélite).

“**Servicios de Conectividad**”, servicios sobre una red de Internet (fija o móvil).

“**SIM**” significa módulo de identidad de abonado, una tarjeta inteligente extraíble utilizado en teléfonos móviles, módems USB, etc. para identificar al usuario en la red.

“**SMS P2P**” significa servicio de mensajes cortos de persona a persona (normalmente enviado por clientes de telefonía móvil).

“**SVAs**” o Servicios de Valor Añadido como el correo electrónico, banca por internet, teleconferencias...

“**Tacyt**” es una herramienta de ciber seguridad que supervisa, almacena, analiza, correlaciona y clasifica aplicaciones móviles.

“**Tarifa de terminación Fija**” es una tarifa establecida para la red fija, cuando un cliente realiza una llamada a otro cliente de otro operador de red.

“**Tarifa de terminación Móvil**” que es el cargo por minuto o SMS pagado por un operador de red de telecomunicaciones a otro operador, cuando un cliente realiza una llamada a otro operador de red.

“**Trackers**”, o rastreadores es un servidor especial que contiene la información necesaria para que los usuarios se conecten con otros usuarios.

“**Tráfico de voz**” significa minutos de voz utilizados por nuestros clientes durante un período determinado, tanto de salida como de entrada.

“**Tráfico de datos**” incluye todo el tráfico de los servicios de acceso a internet, de mensajería (SMS, MMS) y de conectividad que es transportado por las redes de Telefónica.

“**TV de Pago**” incluye televisión por cable, por satélite, y televisión a través de protocolo de internet (IPTV).

“**VHCN**” o “**Very High Capacity Network**” significa redes de muy alta capacidad.

“**VoIP**” significa voz sobre IP (protocolo de internet).

“**VU-M (Valor de Uso Móvil)**” significa tarifa de interconexión móvil.



TELEFÓNICA, S.A.

Informe de Verificación Independiente
31 de diciembre de 2018

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

A los accionistas de Telefónica, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera - Responsabilidad y bienestar digital adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2018, de Telefónica, S.A. y sociedades dependientes (en adelante, Telefónica o el Grupo o la Compañía) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado 2018 de Telefónica (en adelante, Informe de Gestión).

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla incluida en el apartado “2.9.9. Tabla de cumplimiento GRI - Ley 11/2018, de 28 de diciembre” del EINF adjunto.

Asimismo, hemos llevado a cabo un encargo de aseguramiento moderado de la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta en relación a la información incluida en el apartado “1.7. Nuestra relación con los grupos de interés” del Informe de Gestión, preparada de acuerdo con lo establecido en la Norma AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008 (AA1000APS) emitida por AccountAbility.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de Telefónica, así como el contenido del mismo, son responsabilidad de los Administradores de Telefónica, S.A.. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) según la opción Exhaustiva, descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla incluida en el apartado “2.9.9. Tabla de cumplimiento GRI - Ley 11/2018, de 28 de diciembre” del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Telefónica, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF, así como de la aplicación de los principios de la Norma AA1000APS (2008).

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado que se refiere exclusivamente al ejercicio 2018. Los datos correspondientes a ejercicios anteriores no estaban sujetos a la verificación prevista en la normativa mercantil vigente. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo, hemos realizado nuestro encargo de aseguramiento moderado (tipo 2) de acuerdo con la Norma AA1000 Assurance Standard emitida por AccountAbility.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de Telefónica que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Telefónica para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2018 en función del análisis de materialidad realizado por Telefónica y descrito en el apartado “1.8. Aspectos materiales de nuestra actividad”, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2018.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2018.
- Análisis de la documentación y actuaciones realizadas en relación con la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la Norma AA1000APS (2008).
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2018 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- En relación con los indicadores referentes a consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero, hemos comprobado que han sido verificados por terceros independientes de acuerdo con la norma ISO 14064-3 y hemos evaluado la competencia, capacidad y objetividad del equipo verificador y la adecuación de su trabajo, en base a la revisión de la planificación de los trabajos e informes emitidos.

- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que:

- El EINF de 2018 de Telefónica correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2018 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI, según la opción Exhaustiva, descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado “2.9.9. Tabla de cumplimiento GRI - Ley 11/2018, de 28 de diciembre” del citado Estado.
- La información incluida en el apartado “1.7. Nuestra relación con los grupos de interés” del Informe de Gestión de Telefónica, relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con el contenido previsto en la Norma AA1000APS (2008).

Recomendaciones

En relación con las observaciones y recomendaciones de mejora surgidas en la realización de nuestro encargo de aseguramiento, a continuación, se muestra un resumen de las recomendaciones principales relativas a las mejoras en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la Norma AA1000APS (2008), las cuales no modifican nuestra conclusión de aseguramiento limitado o moderado expresadas en el presente informe.

Inclusividad

Telefónica, en el apartado “1.7. Nuestra relación con los grupos de interés” del Informe de Gestión recoge información sobre la relación de la empresa con sus principales grupos de interés. Gracias a la actividad desarrollada por el Panel de Negocio Responsable, a través del Panel Asesor y Panel Extendido, se identifican y establecen canales de comunicación directa con los grupos de interés. Como novedad, en 2018 se ha actualizado el mapa de grupos de interés, a nivel local, favoreciendo la identificación de las distintas organizaciones que mejor representan a sus principales públicos a nivel local.

En este sentido, se recomienda identificar de una manera más pormenorizada las temáticas a abordar con los distintos grupos de interés en función de las peculiaridades que se identifiquen en cada ubicación local, mediante el levantamiento de paneles locales o incluso a través de consultas específicas adaptadas a cada uno de los mismos.

Por último, se recomienda establecer canales de respuesta multidireccionales como foros, de tal manera que los diferentes integrantes de los grupos de interés puedan interactuar entre sí. En este sentido, la Compañía podrá analizar sus demandas de una manera más ajustada y satisfacer sus necesidades.

Relevancia

Fruto de la implementación efectiva de los procesos de diálogo establecidos con los grupos de interés por el Panel de Negocio Responsable, durante 2018 se ha reforzado el proceso de priorización de los asuntos relevantes. El conocimiento detallado de la importancia de los asuntos para los grupos de interés ha sido complementado con el análisis interno de Telefónica, permitiéndole perfeccionar su Análisis de Materialidad y el nivel de relevancia de cada asunto.

En este sentido, se recomienda a Telefónica avanzar en el seguimiento de los resultados y conclusiones obtenidas en las reuniones de Panel de Negocio Responsable y garantizar su inclusión en el Análisis de Materialidad para así, asegurar la continua revisión y actualización de los asuntos identificados y su priorización.

Capacidad de respuesta

La actual estrategia de relación con los grupos de interés de Telefónica supone el establecimiento de objetivos para dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés y el establecimiento de métricas que permitan evaluar la visión de la Compañía que tienen los diferentes grupos de interés. Asimismo, Telefónica identifica los asuntos relevantes identificados, exponiendo cómo la Compañía responde a las necesidades de sus grupos de interés.

En este sentido, se recomienda seguir trabajando para asegurar que las iniciativas, planes y programas derivados del análisis de las expectativas de los grupos de interés sean implementados y evaluados a través de indicadores que permitan realizar un seguimiento del impacto en los distintos grupos de interés y su alineamiento con el desempeño de la Compañía. Asimismo, se recomienda analizar en profundidad los resultados del diálogo mantenido con los grupos de interés de tal manera que sus necesidades se vean resueltas gracias al establecimiento de planes de acción incorporados en la estrategia de negocio

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.



Pablo Bascones

21 de febrero de 2019



INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

PRICEWATERHOUSECOOPERS
AUDITORES, S.L.

2019 Núm. 01/19/01086

SELLO CORPORATIVO: 30,00 EUR

Informe sobre trabajos distintos
a la auditoría de cuentas

Telefonica
