



2009

Informe Anual

Liderazgo
para transformar el presente

Telefonica

2009

Informe Anual

Liderazgo
para transformar el presente

Telefonica

Sumario

Carta del Presidente	04
01 Organización del Grupo Telefónica	08
1 Presencia Internacional	
2 Descripción y estructura del Grupo	
3 Consejo de Administración	
4 Equipo Directivo	
02 Un liderazgo basado en nueve fortalezas	16
1 Escala diferencial generadora de valor	
2 Resultados financieros sólidos	
3 Una trayectoria de compromisos cumplidos	
4 Eficiencia de primera clase con espacio para la mejora	
5 Innovación para el crecimiento	
6 Marcas confiables y sólidas	
7 El compromiso de un equipo con experiencia	
8 Alianzas y socios adecuados	
9 Una ejecución sobresaliente en sostenibilidad	
03 Programa bravo!	44
04 Resultados	48
1 Principales Aspectos Destacados	
2 Tamaño de Mercado	
3 Resultados Consolidados	
4 Datos Financieros	
5 Resultados por unidades de negocio: Telefónica España	
6 Resultados por unidades de negocio: Telefónica Latinoamérica	
7 Resultados por unidades de negocio: Telefónica Europa	
8 Resultados por unidades de negocio: Otras Sociedades	
05 Gestión de Riesgos	108

Carta del Presidente

César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.



Estimado accionista:

Siempre he considerado el Informe Anual que publicamos con motivo de la celebración anual de la Junta General de Accionistas, como el documento referente en la agenda de comunicación de cualquier empresa, no sólo con sus accionistas, sino también con todos los grupos de interés con los que ésta se relaciona. El Informe Anual que hoy presentamos respecto a los resultados de nuestra gestión durante 2009 adquiere si cabe más relevancia en esta ocasión, teniendo en cuenta la crisis financiera acaecida, la mayor desde la Gran Depresión de los años veinte en el siglo pasado, y la mayor caída de actividad económica registrada desde la Segunda Guerra Mundial. Sin duda durante este periodo se han puesto a prueba las capacidades de gestión de las empresas para superar los desafíos que ha planteado dicho escenario.

Tengo la satisfacción de compartir con usted, que el esfuerzo de transformación que estamos llevando a cabo en Telefónica durante los últimos años ha permitido no sólo resistir los envites de esta coyuntura, sino también seguir creciendo y volver a cumplir, por séptimo año consecutivo, los objetivos comprometidos con la comunidad financiera, con un retorno total al accionista que sigue siendo diferencial no sólo en el sector sino en general en los mercados.

En 2010, los mercados emergentes de América Latina y Asia están liderando la recuperación, que empieza a ser patente también en el resto de mercados. Lo peor ha pasado, y Telefónica va a hacer valer su posicionamiento global y diversidad para adelantarse de nuevo al resto de la industria.

El sector TIC global también crece y se hace evidente un nuevo paradigma social y económico alrededor de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Telefónica aborda este escenario con una aspiración de liderazgo en el mundo digital que describiré en estas líneas.

Nadie está mejor posicionado que Telefónica ante los retos del futuro

Crecemos a pesar de la crisis económica

A pesar del entorno complejo de sector observado durante 2009, la diversificación de las operaciones de Telefónica ha permitido alcanzar unos ingresos de 56.731 millones de euros, con un crecimiento del 0,2% respecto a 2008 en términos orgánicos.

La intensa actividad comercial de la Compañía ha permitido aumentar su base de clientes, en términos comparables, un 5,1% respecto a 2008, hasta alcanzar cerca de 265 millones de clientes en todo el mundo. La evolución de la base de clientes viene apoyada fundamentalmente en los crecimientos del 7,4% de la telefonía móvil, del 8,2% de la banda ancha fija y del 9,8% de la televisión de pago. Los accesos móviles ya suman 202 millones, y destacando el significativo crecimiento de los accesos de banda ancha móvil, que ya totalizaban 15 millones de accesos a cierre de 2009.

Desde el punto de vista financiero, el objetivo de la Compañía durante 2009 fue en todo momento preservar la caja, por lo que se puso mucho foco en mejorar la eficiencia y explotar las ventajas de la escala. Así lo refleja el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), que asciende a 22.603 millones de euros, y crece en términos orgánicos un 0,9%, situando el margen de OIBDA sobre ingresos de Telefónica en el 39,8%.

El flujo de caja operativo (OIBDA-Capex) se situó en los 15.346 millones de euros, lo que supone un crecimiento orgánico interanual del 8%. En efecto, se observa una aceleración desde ingresos a flujo de caja operativo, lo que pone de manifiesto el éxito de la Compañía al compatibilizar una fuerte actividad comercial con una elevada generación de caja.

El beneficio neto de Telefónica crece en 2009 un 2,4% hasta alcanzar los 7.776 millones de euros, y el beneficio neto básico por acción asciende a 1,71 euros por acción, un 4,5% superior al obtenido en 2008.

Nuestra primera prioridad siempre es la remuneración al accionista

En el ejercicio 2009 hemos dedicado el 61% del flujo de caja libre a la remuneración al accionista, mediante la combinación de pago de dividendos y recompra de acciones propias. A futuro, los positivos resultados obtenidos en 2009 nos permiten ratificar nuestra política de retribución al accionista a través de dividendos crecientes, desde 1,40 euros por acción en 2010 hasta un mínimo de 1,75 euros por acción en 2012.

Telefónica, con una apreciación de la cotización de su acción del 23,2% en 2009, ha registrado la mayor revalorización bursátil entre sus comparables de Europa y EE.UU., superando la revalorización anual del Dow Jones Telco, índice de referencia del sector a nivel mundial. Así, en el año 2009 Telefónica ha proporcionado la mayor rentabilidad total para el accionista (RTA) entre sus comparables de Europa y EE.UU., con una tasa del 29,5%.

Telefónica es la compañía que mayor rentabilidad por dividendo esperado para 2010 ofrece a los accionistas si tenemos en cuenta las cincuenta mayores empresas del mundo por capitalización bursátil, con datos a mayo de 2010. Pero, nuestro objetivo no es sólo ofrecer buenos dividendos, sino maximizar el valor para nuestros accionistas a través del crecimiento. Por eso, nuestro foco permanente es crecer más que los competidores y liderar los mercados.

Fortalezas sólidas para un perfil diferencial

El año pasado comenté en esta carta que no hay compañía mejor posicionada que Telefónica para afrontar los retos de futuro. Telefónica ha sido capaz, en una coyuntura difícil, no sólo de obtener unos sólidos resultados sino también de fortalecer aún más la Compañía, como evidencia este Informe Anual.

Telefónica es una Compañía de rentabilidad y crecimiento. Desde el año 2000 sus ingresos se han duplicado y sus clientes se han multiplicado por cuatro. De esta forma, Telefónica se ha convertido en el quinto operador mundial por número de accesos, escala que viene acompañada de una elevada diversificación de las operaciones, tanto geográfica como por negocios, con casi el 65% de los ingresos procedentes de fuera de su mercado de origen.

Carta del Presidente

Nuestro perfil de operador global se ve reforzado con nuestras alianzas estratégicas e industriales con China Unicom y Telecom Italia, que combinan una base de clientes conjunta de más de 658 millones de clientes, un 10% de la población mundial.

La eficiencia de Telefónica, que sigue siendo la referencia en el sector, y su solidez financiera, que se ha mantenido en 2009, con un ratio de endeudamiento medido como deuda financiera neta sobre OIBDA de 1,9 veces, convierten a Telefónica en una opción de bajo riesgo en una industria muy prometedora.

A todo lo anterior, hay que sumar el liderazgo de nuestras marcas, el compromiso decidido de Telefónica con la sociedad, que ha sido reconocido internacionalmente al alcanzar la primera posición del sector en el Dow Jones Sustainability Index, y el compromiso de nuestros directivos y de todo el equipo que forma parte de nuestra Compañía, cuya profesionalidad es reconocida dentro y fuera del sector.

De esta forma, comenzamos el año 2010 con una base firme y en una posición óptima para aprovechar las grandes oportunidades de crecimiento que nos ofrece el sector.

Creciendo en un sector crucial para el futuro

Hoy, los diagnósticos más cualificados dan por superado lo peor de la compleja situación económica que atravesamos. Como anticipábamos hace un año, las telecomunicaciones han seguido protagonizando uno de los periodos de desarrollo y transformación más relevantes que haya experimentado jamás ninguna industria. La nueva década comienza con 4.400 millones de usuarios de telefonía móvil y más de 1.200 millones de accesos de banda ancha fija y móvil.

El impacto multiplicador de las telecomunicaciones, y en general, de las TIC, se configura como parte esencial de un nuevo ciclo de crecimiento sostenible. Existen estudios que indican que la banda ancha supone mejoras de alrededor de un 5% en la productividad del sector industrial, y de un 10% en el sector servicios, así como informes que indican que la aplicación de las TIC puede reducir las emisiones mundiales de CO₂ en un 15% antes de 2020. La conectividad de banda ancha es la vía más eficiente para impulsar dicho crecimiento sostenible, como evidencian las ganancias mundiales en productividad y reconocen los planes de estímulo económico y las agendas digitales que promueven las administraciones públicas.

La banda ancha de alta capacidad va a estar en el centro de todas las nuevas propuestas de valor. Es fácil comprobar que el componente digital del comercio, el ocio, la salud, la educación o la gestión con las Administraciones es cada vez mayor. Las empresas necesitan las TIC para abrir nuevas vías de hacer negocios y hacer vivir mejores experiencias a sus clientes. En el otro lado, los ciudadanos impulsan el cambio, y viven una vida cada vez más digital, 24 horas al día. Una prueba es que en 2009 se vendieron más de 175 millones de "smartphones" o teléfonos móviles avanzados, o la creciente contribución a los ingresos de los contenidos y aplicaciones digitales. Los clientes son el auténtico motor de este proceso, que configura un mercado de demanda.

Nadie está más próximo a los nuevos clientes digitales que los operadores de telecomunicaciones, como demuestra que el peso del gasto en comunicaciones sobre el consumo mundial aumente progresivamente desde el 2,6% del año 2000 hasta el 4,2% previsto en 2015. Es evidente que en nuestra industria existe una gran oportunidad para aquellos operadores globales, flexibles y con la suficiente escala que sepan convertirse para sus clientes en el canal idóneo para acceder a toda la innovación y creatividad que genera el entorno digital, y a la vez, ofrecer una experiencia personalizada, integral y de calidad.

Combinar las capacidades de distintos líderes es la forma más rápida y eficiente de satisfacer las cambiantes demandas de la era digital. Esto nos estimula a construir relaciones ágiles y extender nuestras plataformas y nuestros procesos a diversos socios, tanto grandes como pequeños, creando entornos cooperativos con ellos y generando nuevas fuentes de crecimiento.

El resto de participantes del entorno de las TIC no tienen mejor alternativa para llegar a los clientes finales que las redes avanzadas de datos de los operadores, ni mejor opción para gestionar la parte no diferencial de sus servicios que nuestras plataformas, incluyendo aquí no sólo las tecnológicas, sino todos los procesos como los comerciales o de soporte.

Por su parte, el resto de sectores económicos, la llamada "economía real", en su transformación digital para obtener las nuevas ventajas en eficiencia y alcance, no tiene opción más cercana ni más profesional que los líderes globales de telecomunicaciones.

La mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital

La visión de Telefónica es sencilla: convertirnos en la mejor opción en este entorno. Por ello nos vamos a esforzar en ser la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital. Para ello, Telefónica se ha anticipado de nuevo y ha fijado prioridades estratégicas e iniciativas clave, así como alineado todas sus líneas de actividad, y todo alrededor de un programa para los próximos tres años con cuatro pilares: foco en el cliente, una oferta integral como proveedor de servicios, nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo transformador y eficiente, y una cultura común que genere confianza en las sociedades en las que opera la Compañía.

El negocio de las comunicaciones, por su propia naturaleza, está orientado al largo plazo y abierto a la transformación. Por tanto, el futuro de Telefónica está ligado al bienestar económico y social de las sociedades en que está presente, más allá de su contribución a su transición hacia una nueva economía del conocimiento.

Telefónica encausa su acción social prioritariamente a través de la Fundación Telefónica. Nuestro programa Educared se destina a la mejora educativa mediante el uso de las TIC y nuestro programa Proniño, que se orienta a la erradicación del trabajo infantil, y ha permitido el acceso a la escolarización a más de 164.000 niños en 13 países latinoamericanos, con datos de marzo de 2010. Asimismo, en el ámbito medioambiental las TIC no sólo tienen el potencial de reducir las emisiones de otros sectores de la economía, si no las de su propia actividad. En este sentido, Telefónica mantiene el compromiso de reducir en 2015 el consumo de electricidad en redes un 30% por acceso y en oficina un 10% por empleado.

El año pasado les escribía que nadie está mejor posicionado que Telefónica ante los retos del futuro, y que estaba convencido de que el contexto actual nos daba la oportunidad de emerger más fuertes. Permítanme hoy confirmarles que hemos aprovechado este año 2009 para reforzar las bases de un crecimiento destacado y sólido, tomando con entusiasmo esta oportunidad única de aumentar nuestro liderazgo y contribuir a dar forma a un futuro lleno de posibilidades y mejor para todos nosotros.

Agradezco de nuevo su apoyo y confianza en nombre de Telefónica y de su Consejo de Administración.



César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.



01

Organización del Grupo Telefónica

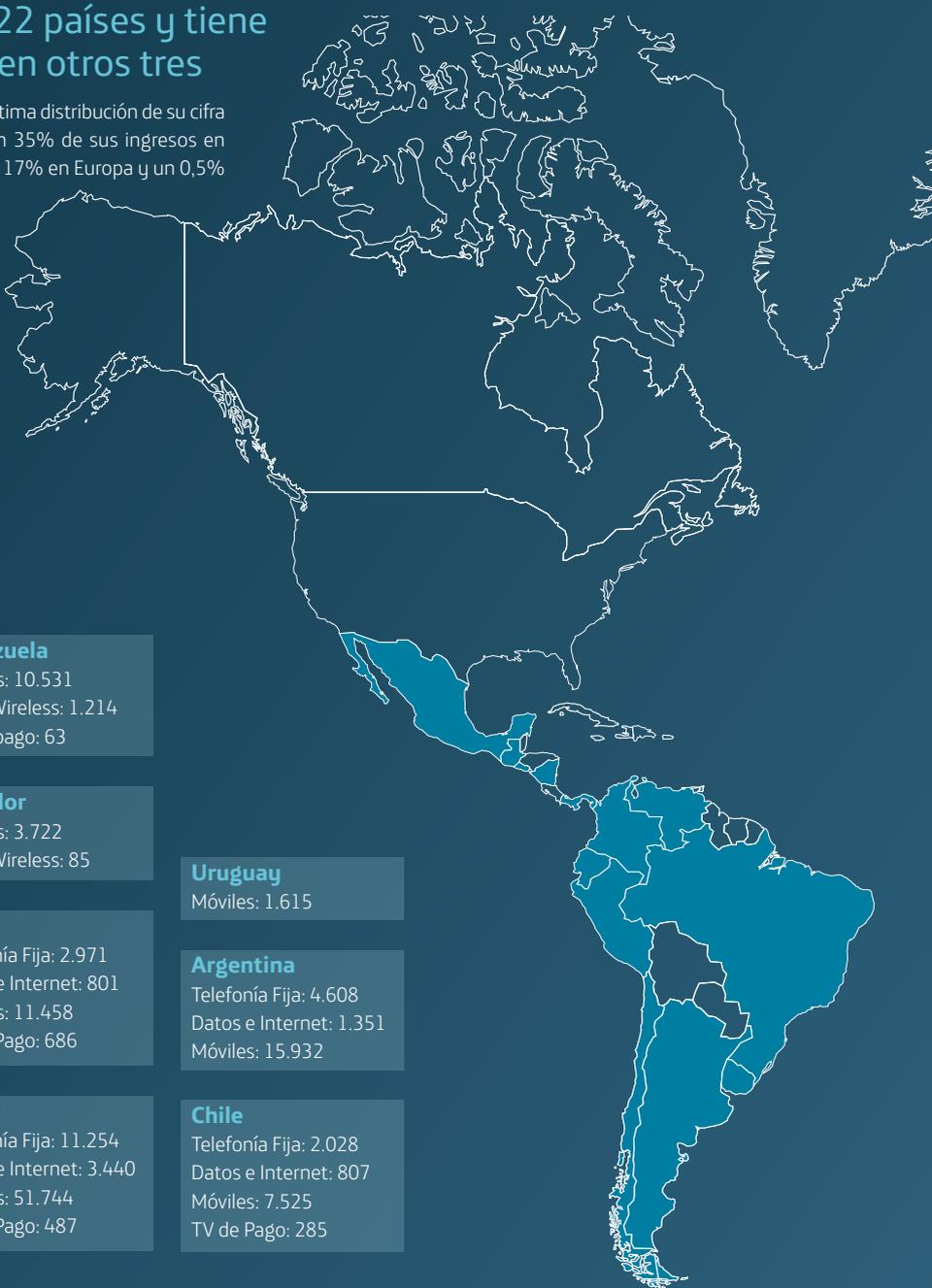
- 1 Presencia Internacional **10**
- 2 Descripción y estructura del Grupo **12**
- 3 Consejo de Administración **14**
- 4 Equipo Directivo **15**

Presencia Internacional

Telefónica está presente en 25 países

Ofrece servicios en 22 países y tiene presencia adicional en otros tres

En 2009, la Compañía mantuvo una óptima distribución de su cifra de negocio por geografías: obtuvo un 35% de sus ingresos en España, un 40% en Latinoamérica, un 17% en Europa y un 0,5% en el resto de mercados.



México

Móviles: 17.401
Fixed Wireless: 334

Centroamérica (El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá)

Telefonía Fija: 445
Datos e Internet: 15
Móviles: 5.807

Colombia

Telefonía Fija: 1.640
Datos e Internet: 428
Móviles: 8.965
TV de Pago: 127

Venezuela

Móviles: 10.531
Fixed Wireless: 1.214
TV de pago: 63

Ecuador

Móviles: 3.722
Fixed Wireless: 85

Perú

Telefonía Fija: 2.971
Datos e Internet: 801
Móviles: 11.458
TV de Pago: 686

Brasil

Telefonía Fija: 11.254
Datos e Internet: 3.440
Móviles: 51.744
TV de Pago: 487

Uruguay

Móviles: 1.615

Argentina

Telefonía Fija: 4.608
Datos e Internet: 1.351
Móviles: 15.932

Chile

Telefonía Fija: 2.028
Datos e Internet: 807
Móviles: 7.525
TV de Pago: 285

Presencia en
25 países

56.731
millones de euros
en ingresos

Más del
64%
de los ingresos proceden
de fuera de España

4.290 millones
de euros invertidos
en I+D+i

Cerca de
265 millones
de accesos de clientes

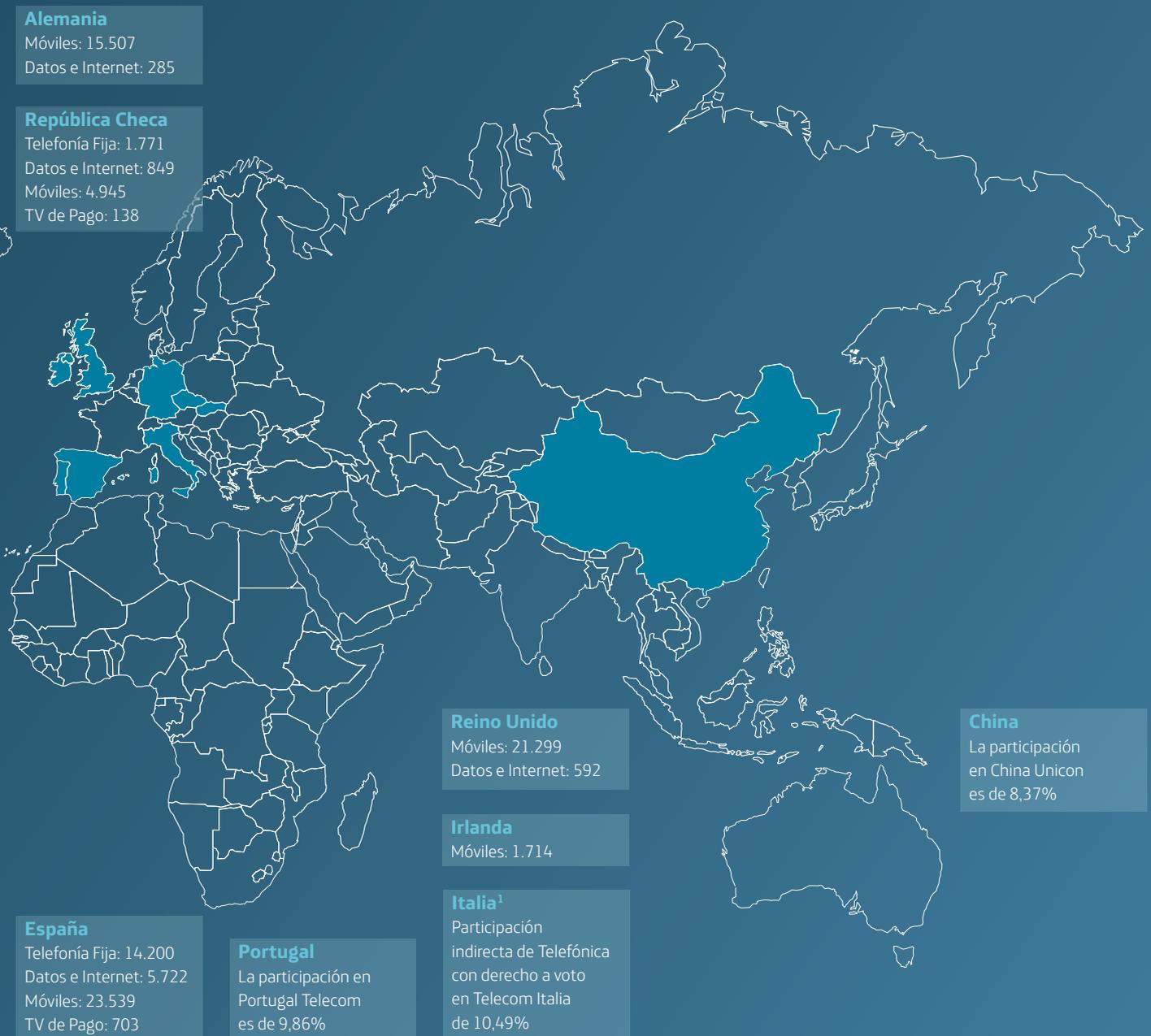
Más de
202 millones
de accesos de
telefonía móvil

Más de
42 millones
de accesos
de telefonía fija

13,5 millones
de accesos
de Banda Ancha

2,5 millones
de accesos de
televisión de pago

Más de
257.000
empleados



Datos en miles a 31 de diciembre de 2009.

¹ Si computáramos las acciones de ahorro que no confieren derechos políticos, la participación indirecta sería de 7,21%.

Descripción y estructura del Grupo

Telefónica está organizada en tres regiones geográficas: España, Latinoamérica y Europa

El modelo de gestión de Telefónica le permite cercanía a los clientes y fomentar las sinergias

Modelo de Gestión Integrado Multilocal

El modelo de gestión de Telefónica permite maximizar el valor de los diferentes niveles de acción -global, regional y local-. En 2009, la Compañía aprovechó la escala y las alianzas estratégicas para fomentar las sinergias y siguió trabajando en un modelo de negocio sostenible.

En 2009 este esquema permitió la creación de una nueva área global denominada Unidad de Compañías Multinacionales, o la concentración en Munich, a partir de 2010, de la gestión de varias líneas de productos.

Las distintas operaciones del Grupo en 25 países, se organizan en tres regiones geográficas: España, Latinoamérica y Europa.

Centro Corporativo

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

Telefónica España

La actividad de Telefónica España se extiende a los servicios de telefonía fija (incluyendo TV de pago), móvil y Banda Ancha. Desde mayo de 2010, Movistar es la única marca comercial en España. En 2009, la Compañía vendió su participación en la operadora marroquí Média Télécom.

Julio Linares, Consejero Delegado de Telefónica, S.A.

Telefónica Latinoamérica

Telefónica Latinoamérica opera en 13 países, ofreciendo servicios del negocio móvil, fijo, Internet, Banda Ancha y TV de Pago: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente, Telefónica desarrolla actividades en Puerto Rico y Estados Unidos.

Por otro lado, Telefónica International Wholesale Services (TIWS) ofrece servicios mayoristas de telecomunicaciones a nivel global. Su catálogo incluye servicios internacionales de Voz, Capacidad, Interconexión IP, Satelitales, Corporativos y de Movilidad. Dispone de una red internacional con más de 45.000 km de fibra óptica.

Telefónica Europa

La actividad de Telefónica Europa es la explotación de servicios de telefonía fija, móvil y Banda Ancha y opera en Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia. En estos mercados se opera con la marca O2.

Alianzas y otras participaciones

Telefónica tiene presencia en China, Italia y Portugal, a través de participaciones en el capital de China Unicom, Telecom Italia y Portugal Telecom, respectivamente.

Otras sociedades

Atento ofrece servicios de gestión de la relación con el cliente a través de contact centers. En España, Argentina, Brasil, Centroamérica, Chile, Colombia, Estados Unidos, Marruecos, México, Perú, Puerto Rico, República Checa, Uruguay y Venezuela.

T-gestiona ofrece servicios integrales de soporte administrativo financiero, de RR.HH., inmobiliario, logístico y de distribución; de consultoría de procesos y de ERP; y *back-office* integral. Está presente en España, Argentina, Brasil, Chile y Perú.

Telefónica I+D, dedicada a la investigación tecnológica, constituye, por actividad y recursos, el primer centro privado de I+D de España y es la primera empresa del continente, dentro del sector de las TIC, en participación en proyectos europeos de investigación. Tiene operaciones en España, Brasil y México.



Telefónica España

	% Part
Telefónica de España ¹	100,00
Telefónica Móviles España ¹	100,00
Telyco	100,00
Telefónica Telecomunic. Públicas	100,00
T. Soluciones de Informática y Comunicaciones de España	100,00
Iberbanda	58,94

1 Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

Telefónica Europa

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

1 Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

2 Sociedad participada a través de Telefónica O2 Alemania.

3 Sociedad participada por Telefónica O2 República Checa.

Telefónica Latinoamérica

	% Part
Telesp ¹	87,95
Telefónica del Perú ²	98,34
Telefónica de Argentina	100,00
TLD Puerto Rico	98,00
Telefónica Chile ³	97,89
Telefónica Telecom	52,03
Telefónica USA	100,00
T. Intern. Wholesale Serv. (TIWS) ⁴	100,00
Brasilsel ^{5,6}	50,00
T. Móviles Argentina	100,00
T. Móviles Perú	100,00
T. Móviles México ⁶	100,00
Telefónica Móviles Chile	100,00
T. Móviles El Salvador	99,08
T. Móviles Guatemala	99,98
Telcel (Venezuela)	100,00
T. Móviles Colombia	100,00
Otecel (Ecuador)	100,00
T. Móviles Panamá	100,00
T. Móviles Uruguay	100,00
Telefonía Celular Nicaragua	100,00
T. Móviles Soluciones y Aplicac. (Chile) ⁶	100,00

1 Participación efectiva 88,01%.

2 Latin American Cellular Holdings, B.V. posee el 48,28%, Telefónica Internacional, S.A. posee el 49,9% y Telefónica S.A. posee el 0,16%.

3 Telefónica Internacional de Chile, S.A. posee el 44,89% e Inversiones Telefónica Internacional Holding Ltda. posee el 53%.

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

5 Joint Venture que consolida por el método de integración global la filial Vivo, S.A. a través de una participación en Vivo Participações, S.A. (59,42%).

6 Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

Otras participaciones

	% Part
3G Mobile AG (Suiza)	100,00
Grupo Atento ¹	100,00
Telefónica de Contenidos (España) ¹	100,00
Mobipay Internacional ¹	50,00
Telco SpA (Italia) ²	46,18
IPSE 2000 (Italia) ³	39,92
Mobipay España ³	16,63
Lycos Europe	32,10
Hispasat	13,23
Portugal Telecom ⁴	9,86
China Unicom (Hong Kong) Limited (CHINA)	8,37
ZON Multimedia ⁵	5,40
BBVA ¹	0,98
Amper ¹	6,10

1 Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

2 Telefónica posee una participación indirecta en el capital ordinario (con derecho a voto) de Telecom Italia a través de Telco de, aproximadamente, un 10,49%. Si computáramos las acciones de ahorro (azioni di risparmio), que no confieren derechos políticos, la participación indirecta de Telefónica sobre Telecom Italia sería de un 7,21%.

3 Sociedades participadas directa o indirectamente por Telefónica Móviles España.

4 Porcentaje efectivo del Grupo Telefónica. Sin considerar los intereses minoritarios, el porcentaje de participación del Grupo Telefónica sería del 10%.

5 Porcentaje efectivo del Grupo Telefónica. Sin considerar los intereses minoritarios, el porcentaje de participación del Grupo Telefónica sería del 5,46%.

Nota: el 21 de octubre de 2009 Telefónica y China Unicom acordaron un intercambio accionario por el que Telefónica ha aumentado su participación en China Unicom hasta el 8,06% desde el 5,38%. Posteriormente, tras una reducción de capital realizada por China Unicom, el Grupo Telefónica ha alcanzado una participación equivalente al 8,37%.

Participaciones más significativas: cambios en 2009

- Telefónica vendió el pasado año su participación del 32,18% en la operadora marroquí Médi Télécom a los accionistas locales.
- La Compañía incrementó su participación en Telefónica CTC Chile hasta el 97,89%.
- El Grupo adquirió, a través de su filial Telefónica Europe, JAJAH, compañía innovadora líder de comunicaciones.
- En febrero de 2010 Telefónica, a través de su filial Telefónica Deutschland GmbH, culminó la adquisición del operador alemán HanseNet.

01 3

Consejo de Administración

Sus diversas Comisiones se centran en temas clave de relevancia para Telefónica

Sistema de gobierno eficaz y operativo, ajustado en todo momento a la dimensión global de la Compañía

En el marco del compromiso de la Compañía con sus accionistas, el Consejo de Administración, con el apoyo de sus Comisiones, desarrolla su actividad conforme a unas normas de gobierno corporativo recogidas, principalmente, en los Estatutos Sociales, en el Reglamento de la Junta General de Accionistas, y en el Reglamento del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración de Telefónica, compuesto por 17 Consejeros*, es el órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, con competencia exclusiva sobre materias como las políticas y estrategias generales en materia de gobierno cor-

* Mayo de 2010

porativo, responsabilidad social corporativa, retribuciones de los Consejeros y Altos Directivos y remuneración al accionista; así como las inversiones estratégicas.

Como refuerzo al Gobierno Corporativo de la Compañía, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. dispone de ocho Comisiones, a las que encomienda el examen y seguimiento de áreas clave de especial relevancia.

Asimismo, y conforme a su Reglamento, el Consejo encomienda la gestión ordinaria de los negocios a los órganos ejecutivos y al equipo de dirección de Telefónica.

La Compañía aporta una información más detallada sobre esta materia en el Informe Anual de Gobierno Corporativo y en el Informe sobre la Política de Retribuciones del Consejo de Administración. Estos documentos pueden consultarse en www.telefonica.com/accionistaseinversores

Composición del Consejo de Administración y sus Comisiones

	Tipo de Consejero	Comisión Delegada	Auditoría y Control	Nombramientos Retribuciones y Buen Gobierno	RRHH, Reputación y Responsabilidad Corporativa	Regulación	Calidad del Servicio y Atención Comercial	Asuntos Internacionales	Innovación	Estrategia
César Alierta Izuel (Presidente)	●	●								
Isidro Fainé Casas (Vicepresidente)	●	●								
Vitalino Manuel Nafría Aznar (Vicepresidente)	●		●		●	●		●		
Julio Linares López (Consejero Delegado)	●	●							●	
José María Abril Pérez	●	●						●		
José Fernando de Almansa Moreno-Barreda	●					●		●		●
José María Álvarez-Pallete López	●							●		
David Arculus	●					●		●		
María Eva Castillo Sanz	●					●	●			●
Carlos Colomer Casellas	●	●		●			●		●	
Peter Erskine	●	●		●					●	●
Alfonso Ferrari Herrero	●	●	●	●	●	●	●	●		●
Luiz Fernando Furlán	●							●		
Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	●	●	●	●	●		●	●		●
Pablo Isla Álvarez de Tejera	●			●	●	●	●			
Antonio Massanell Lavilla	●		●		●	●	●		●	
Francisco Javier de Paz Mancho	●	●			●	●		●		
Secretario no Consejero										
Ramiro Sánchez de Lerín García-Ovies										
Vicesecretaria no Consejera										
María Luz Medrano Aranguren										

● Ejecutivo ● Dominical ● Independiente ● Otros Consejeros Externos

01 4

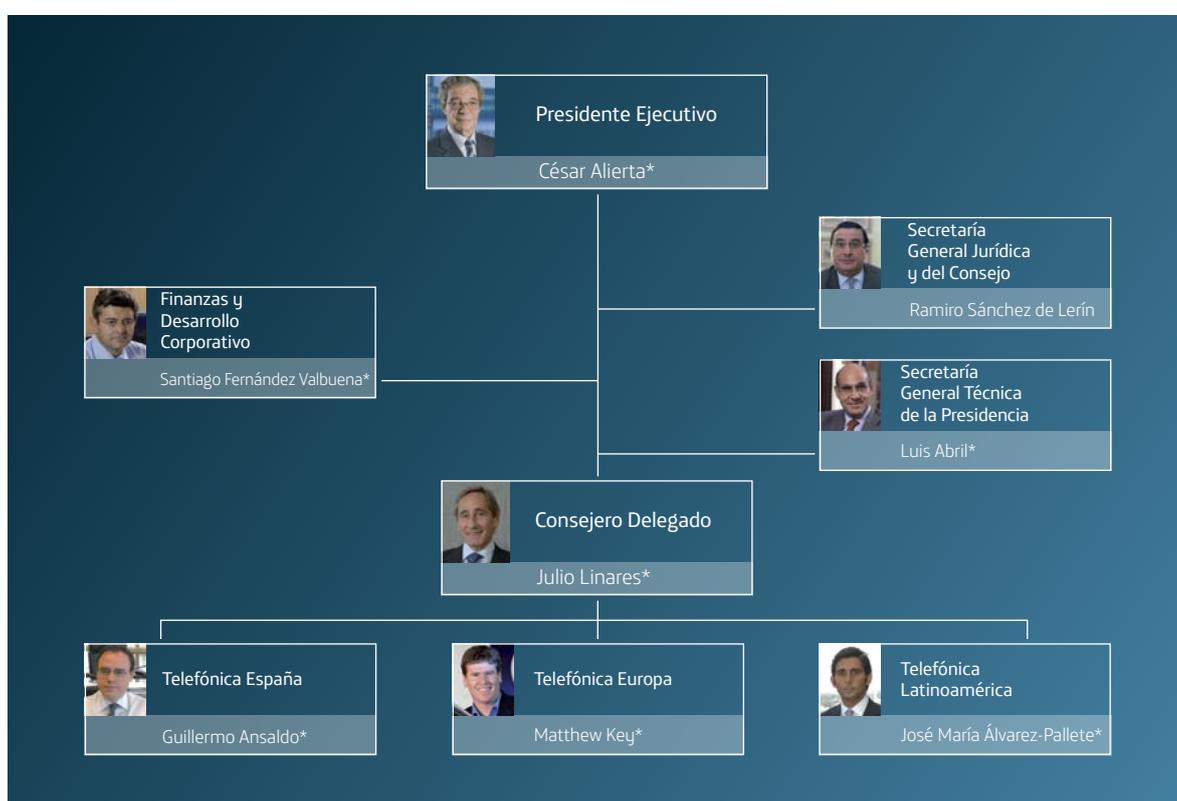
Equipo Directivo

La Compañía continuó avanzando en su modelo organizativo para reforzar su enfoque y relación con el cliente, la innovación y la eficiencia en las operaciones

La estrategia organizativa de Telefónica está orientada a mejorar y personalizar su relación con el Cliente, aprovechando los beneficios que le proporcionan su escala y diversidad.

En la actualidad, el modelo organizativo pivota alrededor de tres grandes organizaciones regionales (España, Europa y Latinoamérica) que reportan directamente al Consejero Delegado de la Compañía, quien a su vez depende del Presidente Ejecutivo de Telefónica.

Además del Consejero Delegado, también reportan al Presidente Ejecutivo el Director General de Finanzas y Desarrollo Corporativo, el Director de Alianzas y Participaciones Industriales (puesto de nueva creación) y las dos Secretarías Generales: la Jurídica y del Consejo, y la Técnica de la Presidencia.



* Miembros del Comité Ejecutivo

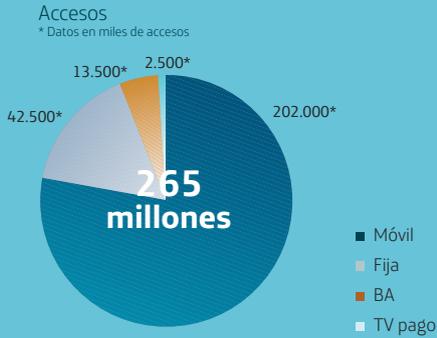
En 2009, se crea la Dirección de Alianzas y Participaciones Industriales para impulsar el crecimiento de la Compañía a través del desarrollo y puesta en valor de sus alianzas y participaciones en otras empresas del sector, de entre las que destacan China Unicom, Telecom Italia y Portugal Telecom.

Adicionalmente, Telefónica ha seguido avanzando en el impulso de la innovación y el desarrollo de nuevos negocios en busca de nuevas fuentes de ingresos, y en la transformación de la Compañía hacia modelos más eficientes de gestión.

1

Escala diferencial generadora de valor

Telefónica, quinto operador mundial por número de accesos de clientes

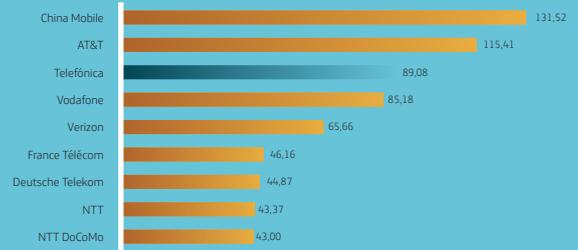


2

Resultados financieros sólidos

Un beneficio básico por acción de 1,71 €

Ranking sector por capitalización bursátil



Fuente: Bloomberg. Datos cierre de 2009

4

Eficiencia de primera clase con espacio para la mejora

Telefónica continúa mejorando su ratio de eficiencia alcanzando un 74,1%

Hacia un nuevo modelo operativo



5

Innovación para el crecimiento

La inversión en I+D+i ascendió a 4.291 millones de euros

Red de innovación abierta de Telefónica



7

El compromiso de un equipo con experiencia

El índice de clima y compromiso del empleado se situó en 73%

Nº de empleados 2009

	Sin Atento	Con Atento
España	40.108	52.060
Latinoamérica	58.031	175.350
Europa	27.031	27.964
Resto de Europa	-	2.052
Número de empleados total	125.170	257.426

8

Alianzas y socios adecuados

El impulso a las alianzas firmadas refuerza la posición de liderazgo de Telefónica



3

Una trayectoria de compromisos cumplidos

7 años consecutivos de cumplimiento de sus compromisos

Magnitudes referidas al cumplimiento del *Guidance*

	Criterio <i>Guidance</i> 09/08	Cumplimiento
Ingresos	+ 0,3%	✓
OIBDA	+ 1,1%	✓
CAPEX (millones de euros)	7.459	✓
OpCF	+ 8,4%	✓

6

Marcas confiables y sólidas

Movistar y O2 figuran en los puestos 1 y 2 en los rankings internacionales de notoriedad de marca

Telefonica

movistar

O₂

9

Una ejecución sobresaliente en sostenibilidad

Telefónica logró 86 puntos en el DJSI (+28p.p. sobre la media del sector Telco)

Dow Jones Sustainability Index
Líderes mundiales por sector



DJSI World, GLOBAL SUPERSECTOR LEADERS (2009/2010)

Name	Supersector
Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Automobiles & Parts
Australia & New Zealand Banking Group Ltd	Banks
Xstrata PLC	Basic Resources
DSM NV	Chemicals
Panasonic Electric Works Co Ltd	Construction & Materials
Itausa-Investimentos Itau	Financial Services
Unilever	Food & Beverage
Roche Holding AG	Health Care
TNT N.V.	Industrial Goods & Services
Swiss Re	Insurance
Pearson Plc.	Media
Total SA	Oil & Gas
adidas AG	Personal & Household Goods
GPT Group	Real Estate
Kingfisher Plc	Retail
Nokia Corp.	Technology
Telefónica, S.A.	Telecommunications
Sodexo	Travel & Leisure
Cia Energetica Minas Gerais (CEMIG)	Utilities

Fuente: http://www.sustainability-indexes.com/07_html/indexes/djsiworld_supersectorleaders_09.html

O2

Un liderazgo basado en nueve fortalezas

- 1 Escala diferencial generadora de valor **18**
- 2 Resultados financieros sólidos **22**
- 3 Una trayectoria de compromisos cumplidos **26**
- 4 Eficiencia de primera clase con espacio para la mejora **30**
- 5 Innovación para el crecimiento **32**
- 6 Marcas confiables y sólidas **36**
- 7 El compromiso de un equipo con experiencia **38**
- 8 Alianzas y socios adecuados **40**
- 9 Una ejecución sobresaliente en sostenibilidad **42**

Escala diferencial generadora de valor

Telefónica, quinto operador mundial por número de accesos de clientes

Una combinación óptima de escalas global, regional y local

Una de las principales fortalezas de Telefónica reside en tener una escala diferencial global, regional y, sobre todo, local, lo que le hace ser una Compañía en constante crecimiento. Su escala es global, siendo el quinto operador mundial por número de accesos. Su escala es también regional, ya que cuenta con cuotas relevantes de mercado tanto en Europa como en Latinoamérica. Pero el aspecto más importante es su carácter local, ya que siempre se encuentra situada en el primer o segundo lugar en cada uno de los mercados en los que opera.

Desde el año 2000 hasta ahora se ha multiplicado por cuatro el número de clientes. Telefónica cerró el ejercicio 2009 con casi 265 millones de accesos de clientes.

La intensa actividad comercial de la Compañía ha permitido incrementar el número de accesos totales un 5,1% respecto a 2008, con un fuerte incremento en telefonía móvil (+7,4%), banda ancha fija (+8,2%) y TV de pago (+9,8%). Por áreas geográficas, destacan los crecimientos representados por Telefónica Europa (+6,9% interanual) y Telefónica Latinoamérica (+6,5% interanual).

Telefonía fija

42,5 millones de accesos (-0,9% interanual)

En un mercado maduro como el de la telefonía fija, Telefónica cerró 2009 con 42,5 millones de accesos, frente a los 42,9 millones en 2008.

En España, la planta de accesos de telefonía fija minorista de la Compañía se sitúa en 14,2 millones a finales de 2009 (15,3 millones en diciembre de 2008). Así, la cuota de mercado estimada de la Compañía alcanza en torno al 72% en 2009.

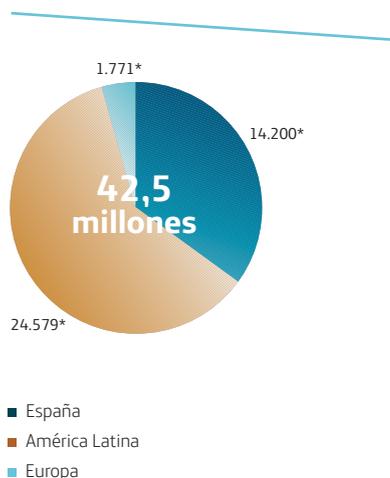
Cabe destacar a este respecto que el 66% de la pérdida de accesos de telefonía fija minoristas ha quedado compensada con el crecimiento neto de accesos mayoristas, siguiendo, por tanto, generando igualmente ingresos a la empresa.

En Latinoamérica, los accesos se situaron en 24,6 millones al cierre del año, 4,2% menos con respecto a 2008 (2,7% excluyendo la desconexión de clientes inactivos en Colombia, afectados por la sustitución fijo-móvil).

En República Checa, los accesos alcanzan 1,8 millones al final de 2009, con un descenso interanual del 6,5% frente al -8,3% de 2008.

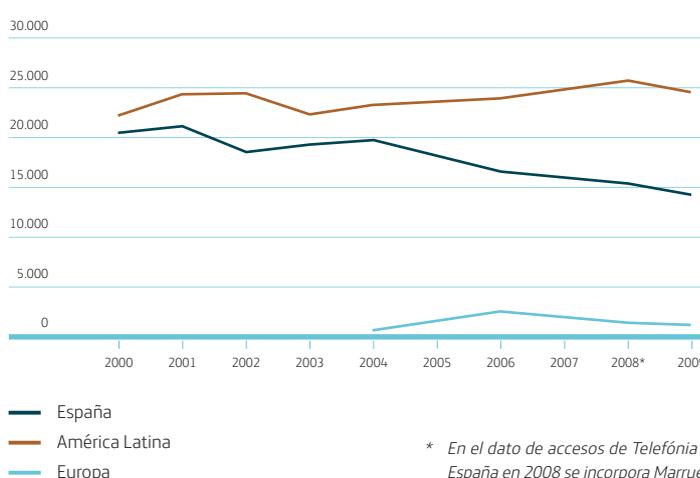
Accesos Telefonía fija en 2009

* Datos en miles de accesos



Evolución de accesos de Telefonía fija 2000/2009

Datos en miles de accesos



* En el dato de accesos de Telefonía fija en España en 2008 se incorpora Marruecos.

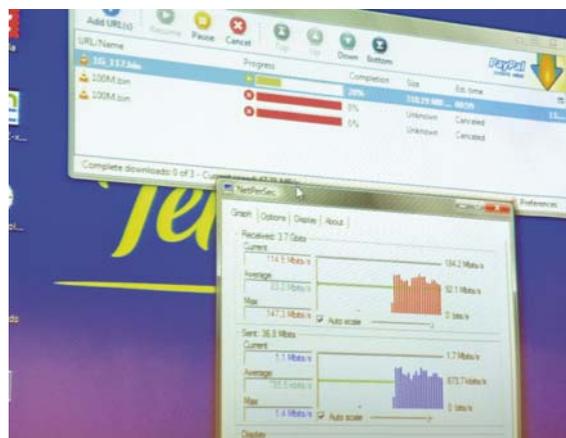
Con la confianza de casi 265 millones de clientes

Banda Ancha

13,5 millones de accesos (+8,2% interanual)

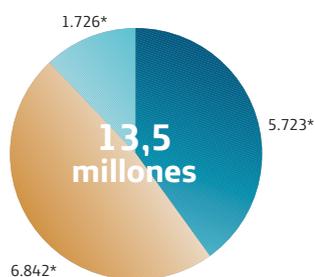
Los accesos minoristas a Internet de Banda Ancha se sitúan en 13,5 millones, con un crecimiento interanual del 8,2%, impulsado por la creciente adopción de las ofertas de servicios paquetizados de voz, ADSL y TV de pago.

Por áreas geográficas, en España, Telefónica cerró el ejercicio con 5,5 millones de accesos, un 4,4% más que el ejercicio anterior; en Latinoamérica, superó los 6,4 millones de accesos, lo que representa un 5,9% interanual más; y finalmente en Europa los accesos de datos e Internet alcanzaron un parque de más de 1,3 millones de accesos, un 29,5% interanual más.



Accesos Datos e Internet en 2009

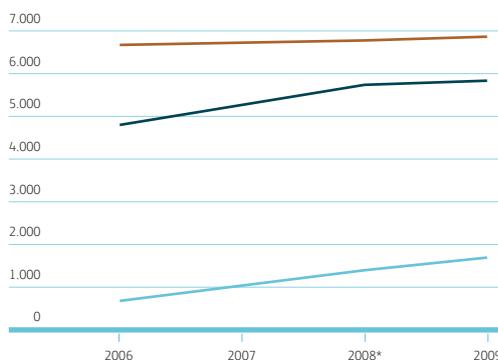
* Datos en miles de accesos



- España
- América Latina
- Europa

Evolución de accesos de Datos e Internet 2006/2009

Datos en miles de accesos



- España
- América Latina
- Europa

Telefonía móvil

202 millones de accesos
(+8% en términos comparables)

Los accesos móviles del Grupo Telefónica superan los 202 millones a cierre de 2009, con una ganancia neta en el ejercicio de alrededor de 15 millones de accesos en términos comparables.

A la vista de estos datos cabe destacar el importante crecimiento de los accesos de Banda Ancha móvil, que superan los 15 millones a cierre de 2009 (frente a 9 millones de accesos en 2008).

El parque móvil de Telefónica España permite alcanzar un total de 23,5 millones de clientes móviles. Continúa la creciente adopción de tarifas planas de datos móviles, que superan 1,9 millones a finales de año, duplicando la cifra de cierre de 2008.

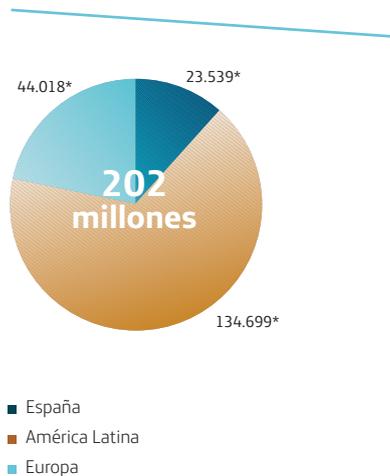
En Latinoamérica alcanzó los 134,7 millones de accesos móviles, manteniendo un crecimiento interanual del 9,2% tras registrar una ganancia neta en el conjunto del año de 11,4 millones de accesos.

En Europa, la Compañía alcanzó un parque total de 44,1 millones de accesos (+6,5% interanual) tras registrar una ganancia neta de 2,3 millones de clientes en 2009.



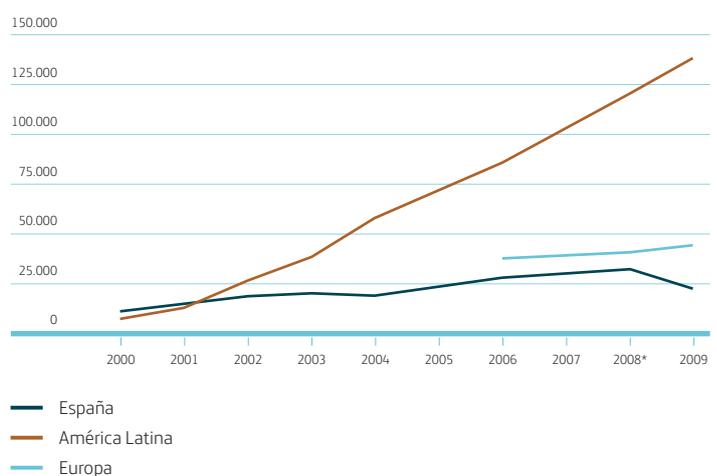
Accesos Telefonía móvil en 2009

* Datos en miles de accesos



Evolución de accesos de Telefonía móvil 2000/2009

Datos en miles de accesos



* En el dato de accesos de Telefonía móvil en España en 2006 y 2008 se incorpora Marruecos.

Todos nuestros productos se llaman Movistar



Voz Fija

42,5 millones de accesos

TV de pago

2,5 millones de accesos (+9,8% interanual)

Los accesos de TV de pago se aproximan a 2,5 millones a cierre de 2009, lo que representa un 9,8% más que hace un año.

Telefónica España incorporó 90.486 nuevos clientes el pasado ejercicio, llegando hasta los 702.980 clientes (+14,8% interanual), con un importante avance de la cuota estimada de mercado, situada en torno al 17% a finales de 2009.

En Latinoamérica, el número de clientes se sitúa en 1,6 millones (+7% interanual) tras haber captado 179.556 en el conjunto del año.

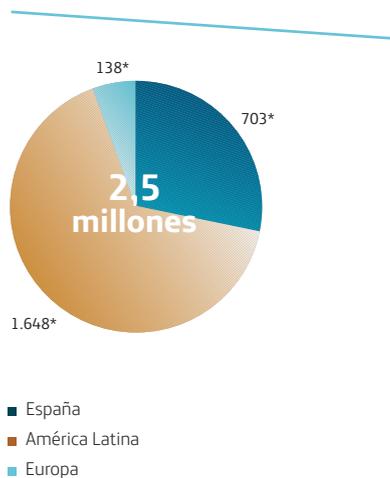
Telefónica O2 República Checa llegó a sumar 137.630 clientes a finales de diciembre de 2009, con un incremento interanual del 20,2%.



Imagen del producto de Movistar Imagenio con la nueva identidad de marca.

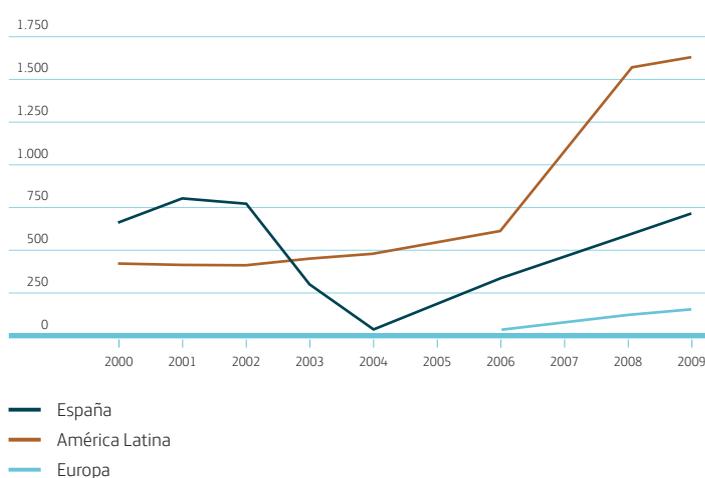
Accesos TV de pago en 2009

* Datos en miles de accesos



Evolución de accesos de TV de pago 2000/2009

Datos en miles de accesos



Voz Móvil

202 millones de accesos

Tv

2,5 millones de accesos

Adsl / Internet

13,5 millones de accesos

Resultados financieros sólidos

Un beneficio básico por acción de 1,71 €

Retribución al accionista

5.516 millones de euros

Telefónica confirma a este respecto su política de dividendo creciente. En 2009 la Compañía destinó 5.516 millones de euros a remunerar a los accionistas, cantidad equivalente al 61% del flujo de caja generado en el ejercicio y al 7% de la capitalización bursátil de la Compañía¹.

La retribución al accionista se realizó mediante el pago en efectivo de dividendos y la recompra de acciones propias. Hay que destacar que a fecha 31 de diciembre de 2009 la Compañía dispone de derivados sobre 150 millones de acciones de Telefónica, y de una autocartera de 27,3 millones de acciones a 19 de febrero de 2010, representativas de un 0,6% del capital social de Telefónica.

Pago de dividendos 2009 1,15 euros por acción

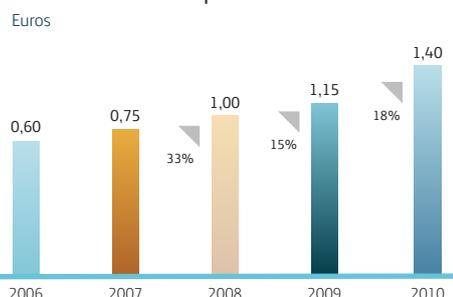
El doce de mayo de 2009 la Compañía distribuyó un dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2009, por un importe de 0,50 euros brutos, a cada una de las acciones existentes y en circulación de la Compañía con derecho a percibir dicho dividendo. Con este pago, y el ya realizado en noviembre 2008, la Compañía cumplió con el compromiso anunciado de remunerar al accionista con un dividendo de 1 euro por acción antes de finalizar el primer semestre de 2009.

Del mismo modo, el once de noviembre de 2009 Telefónica distribuyó 0,50 euros brutos por acción procedentes de las Reservas de Libre Disposición a cada una de las acciones existentes y en circulación de la Compañía con derecho a percibir dicho dividendo.

Política de mejora de dividendos Objetivo a 2010 de 1,40 euros por acción

Tras el anuncio, en el mes de febrero de 2009, de un aumento del dividendo anual del 15%, hasta 1,15 euros por acción, y la posterior reiteración de dicho compromiso por parte del Consejo de Administración de la Compañía en su reunión celebrada el 29 de abril de 2009, el Grupo Telefónica volvió a comprometerse, en la Conferencia de Inversores celebrada el 9 de octubre de 2009, con un programa de incremento gradual del dividendo a medio plazo.

Continuo aumento del dividendo por acción



Rentabilidad por acción 2009: 29,46%

	N.º de acciones	Importe bruto €
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2009	100	1.585
Dividendo en efectivo (12 de mayo de 2009)	100	50
Dividendo en efectivo (11 de noviembre de 2009)	100	50
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2010	100	1.952
Valor de la cartera compuesta por 100 acciones	100	2.052
Rentabilidad		29,46%

¹ A fecha 26 de febrero de 2010.

El beneficio por acción creció un 4,5%

Así, se anunció un incremento del dividendo en 2010 del 21,7% frente al dividendo de 2009, hasta un importe de 1,40 euros por acción. Adicionalmente, se estableció el objetivo de distribuir a medio plazo un dividendo, como mínimo, de 1,75 euros por acción en 2012.

Desde 2003, año en que Telefónica recuperara la política de distribución de dividendo, la Compañía ha ido mejorando progresivamente la política de retribución al accionista, situándose como una de las mejores compañías en esta práctica y de las pocas en asumir un compromiso explícito de incremento del dividendo a medio plazo (tres años).

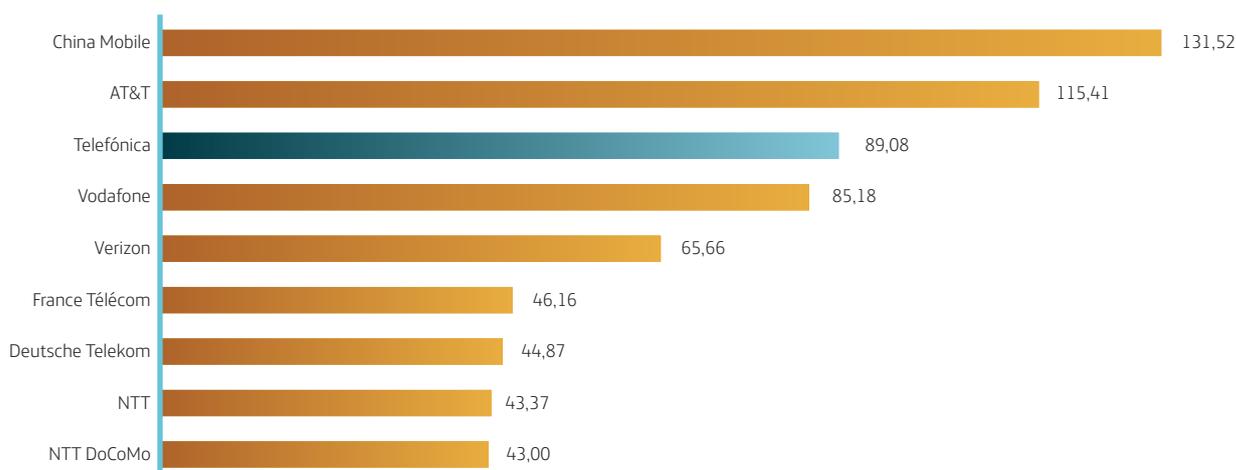
Beneficio básico por acción Mantiene el objetivo a 2010 de 2,10 euros

Telefónica, en un entorno económico muy adverso, ha conseguido obtener un año más unos resultados muy sólidos, habiendo aprovechado las oportunidades surgidas durante el ejercicio y usado su escala diferencial como una importante herramienta a la hora de actuar en un mercado global. Como consecuencia, la Compañía ha combinado un crecimiento orgánico líder en el sector con los mejores márgenes EBITDA.

El beneficio básico por acción se sitúa en 1,71 euros, con un crecimiento interanual del 4,5%. La Compañía mantiene su objetivo de alcanzar un Beneficio Neto por Acción (BPA) de 2,10 euros por acción en el ejercicio 2010 y reitera sus objetivos de crecimiento a medio plazo.

Telefónica confirma sus objetivos de dividendos hasta 2012 que son 1,15 euros/acción en 2009; 1,40 euros/acción en 2010 y un mínimo de 1,75 euros/acción en 2012.

Ranking sector por capitalización bursátil



Fuente: Bloomberg. Datos cierre de 2009

Beneficio

7.776 millones de euros (+2,4%)

El beneficio neto de Telefónica en 2009 asciende a 7.776 millones de euros, un 2,4% superior al obtenido en 2008 en términos reportados, mientras que el beneficio neto básico por acción se sitúa en 1,71 euros, con un crecimiento interanual del 4,5%.

La Compañía mantiene, como ya se ha destacado en un epígrafe anterior de este Informe, su objetivo de alcanzar un Beneficio Neto por Acción (BPA) de 2,10 euros por acción en el ejercicio 2010.

Evolución de la acción

Retorno total de 29,5%

La acción de Telefónica retoma en 2009 la senda alcista del periodo 2003-2007 y registra una revalorización anual del 23,2%, finalizando el año en 19,52 euros por acción. Esta sólida evolución, apoyada en la recuperación de los mercados bursátiles en 2009, refuerza el perfil diferencial de la Compañía, que registra un mejor comportamiento relativo tanto frente a su sector de referencia en Europa – el índice *DJ Stoxx Telecommunications* registró una revalorización del 11,2% – como frente al índice general *EStoxx-50*, que presentó una revalorización del 21,3%.

El mejor comportamiento relativo de Telefónica frente a las operadoras europeas -Vodafone (+3,2%), BT (+1,5%), *Deutsche Telekom* (-4,3%), *Telecom Italia S.p.A.* (-5,4%) y *France Telecom* (-12,2%) - refleja las ventajas derivadas de la alta diversificación de la Compañía, tanto a nivel geográfico como de negocio, su probada capacidad de ejecución en entornos cambiantes, la fuerte generación de caja de la Compañía y su orientación al accionista. Esta última se refleja claramente en el compromiso de continuar incrementando la remuneración al accionista vía dividendos, con sendos anuncios realizados en febrero de 2009 y octubre 2009.

Todo ello ha permitido que el retorno total de las acciones de Telefónica en 2009 se situara en el 29,5%, una vez incluidos los dividendos distribuidos a lo largo de 2009 (0,5 euros el 12 de mayo de 2009 y 0,5 euros el 11 de noviembre de 2009).

Así, este mejor comportamiento de Telefónica, le hace situarse como tercera compañía a nivel mundial dentro del sector de telecomunicaciones por capitalización bursátil y entre las cincuenta mayores a nivel mundial. La capitalización bursátil de Telefónica al finalizar 2009 se situó en 89.089 millones de euros.

El volumen medio diario de negociación de Telefónica en el mercado continuo español fue de 48,5 millones de acciones en 2009 (57,2 millones de títulos en 2008).

Evolución Bursátil 2009



Fuente: Bloomberg

En 2009 la acción de Telefónica se ha revalorizado en términos absolutos (+23.2%) y ha superado en términos relativos a los índices DJ Telco (+11.3%) y DJ Euro Stoxx 50 (+21.1%). En cambio, la revalorización de Telefónica ha sido ligeramente menor que la del Ibex 35 (+29.8%).

Por otra parte, exceptuando el caso de Portugal Telecom (revalorización de +40.4%), la acción de Telefónica se ha revalorizado por encima del resto de sus comparables europeas relevantes.

En cuanto a valor por capitalización bursátil, Telefónica asciende un puesto en el ranking, colocándose en tercer lugar con datos de cierre de 2009 (89.089 mill. euros).

Otros datos de interés

Bolsas

Telefónica cotiza en el Mercado Continuo Español (dentro del selectivo índice Ibex-35) y en las cuatro Bolsas de Valores españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia), así como en las bolsas de Nueva York, Londres y Tokio, Buenos Aires, Sao Paulo y Lima.

Capital social

El día 28 de diciembre de 2009, la Compañía procedió a reducir su capital social por importe de 141.000.000 euros, mediante la amortización de 141.000.000 acciones propias. Como consecuencia de lo anterior, el capital social de Telefónica, suscrito y totalmente desembolsado, quedó cifrado en 4.563.996.485 euros y se encuentra dividido en 4.563.996.485 acciones ordinarias, de la misma clase y serie, de un euro de valor nominal cada una de ellas, estando representadas mediante anotaciones en cuenta.

Número de accionistas

Telefónica contaba con cerca de 1.500.000 accionistas a 21 de mayo de 2009, según registros individualizados a favor de personas físicas y jurídicas, y de acuerdo con la información de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores (Iberclear).

Participaciones significativas

De acuerdo con la información disponible en la Compañía, no existe ninguna persona física o jurídica que, directa o indirectamente, aislada o conjuntamente, ejerza o pueda ejercer control sobre Telefónica.

La Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona (la Caixa), y el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA), eran titulares, directa o indirectamente, a 31 de diciembre de 2009, del 5,170% y del 5,543%, respectivamente, del capital social de Telefónica.

La oficina del accionista de Telefónica

La Oficina del Accionista se crea con el objetivo de establecer una comunicación transparente y fluida con los accionistas particulares, que facilite la misma información en tiempo y forma que a los accionistas institucionales. Son tres los canales de relación:

Teléfono gratuito de atención al accionista:

900 111 004. Durante el año 2009, el número total de llamadas atendidas alcanzó la cifra de 73.881, registrándose un incremento del 7,27% respecto a 2008, con una media mensual de 6.157 llamadas.

Además de estas consultas telefónicas, la Oficina del Accionista respondió otras 3.487 consultas por correo electrónico y postal (2.360 en 2008). Del total de las consultas recibidas en 2009, 54.955 correspondieron a temas económico-financieros, las cuales se desglosan en:

- 25.085 consultas sobre la Junta General de Accionistas.
- 22.318 consultas sobre la evolución en Bolsa y cotizaciones.
- 7.507 consultas sobre resultados y hechos relevantes.
- 45 consultas sobre ampliaciones de capital y operaciones financieras especiales.

Canal *on line*:

(www.telefonica.com/accionistaseinversores)

Durante el año 2009 el número total de páginas vistas en la web de Accionistas e Inversores fue de 1.363.455, frente a las 1.213.070 del año anterior, registrándose un incremento del 12,4%. En esta página web, disponible en español, inglés y portugués, se pueden encontrar espacios específicos sobre:

- La presencia en Bolsa, donde se ofrecen las cotizaciones *on line* de la Compañía, se pueden generar gráficos interactivos, comparar la cotización de Telefónica con la de otras empresas del sector y calcular su rentabilidad en el período que escoja el usuario, además de su comparación con los índices de referencia.
- Dividendos, resultados y comunicaciones a los mercados, hechos relevantes e información sobre Gobierno Corporativo (composición de los Órganos de Gobierno, Estatutos Sociales, Reglamentos, etc.).
- Consulta y descarga de documentos, entre los que se encuentran los informes anuales, los Reglamentos de la Junta General y del Consejo de Administración, los Estatutos Sociales, o los registros oficiales de información por operaciones de la sociedad.
- En el Rincón del Accionista se ofrece a los pequeños inversores un área personalizada interactiva para realizar consultas, recibir información específica y un servicio de alertas con información relevante de la sociedad.

Revista "Acción Telefónica"

La Oficina del Accionista publica una revista para los accionistas de la Compañía denominada Acción Telefónica. Publicación de periodicidad trimestral. A lo largo de 2009, se enviaron 603.676 ejemplares al domicilio de los accionistas. La revista contiene información sobre los resultados, hechos societarios, Bolsa, reportajes de actualidad y cultura.

Una trayectoria de compromisos cumplidos

7 años consecutivos de cumplimiento de sus compromisos

Respondiendo a los compromisos

Una de las principales fortalezas de la Compañía es su excelente trayectoria en lo que se refiere al cumplimiento de los compromisos adquiridos, independientemente del ciclo económico en el que se encuentre inmersa. Esto hace de Telefónica una Compañía altamente predecible y con mínimos niveles de riesgo para los inversores. El cumplimiento riguroso de sus compromisos le aporta credibilidad y refuerza su liderazgo en los mercados en los que está presente.

En el ejercicio 2009 alcanzó los objetivos fijados y situó su beneficio neto en 7.776 millones de euros. La Compañía cerró el pasado ejercicio con unos sólidos resultados, en un entorno complicado y unido a una buena gestión.

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) se situó en 15.346 millones de euros, más de un 8% en relación a 2008; y la ratio de deuda financiera neta más compromisos sobre OIBDA se sitúa en 2,1 veces en 2009, mostrando la solidez financiera de la Compañía.

Telefónica, a pesar de que el ejercicio ha estado marcado por un entorno difícil debido a la crisis económica, ha continuado en la senda de crecimiento rentable sostenido que viene mostrando a lo largo de la última década.

Cumplimiento del Guidance

7 años consecutivos

Ya son siete los años consecutivos en los que la Compañía ha logrado cumplir todos los objetivos financieros anunciados previamente para el ejercicio. El Grupo Telefónica ha obtenido unos sólidos resultados financieros en 2009, a pesar de las complejidades del entorno económico y operativo, lo que pone en valor la alta diversificación de sus operaciones.

Ingresos, OIBDA, inversión o flujo de caja operativo son algunas de esas magnitudes en las que Telefónica ha conseguido alcanzar los objetivos fijados, lo que constituye un importante aval para su liderazgo y credibilidad financiera.

El cumplimiento efectivo de los objetivos financieros para el ejercicio 2009¹ se concretan en:

1. Los ingresos crecen un 0,3%, en línea con la previsión de crecimiento positivo.
2. El OIBDA se incrementa un 1,1%, estando dentro del rango anunciado del 1%-3%.

	Guidance			Reportado con criterio guidance*			Cumplimiento
	Ingresos	OIBDA	OI	Ingresos	OIBDA	OI	
2003	5%-8%	6 - 9%	18 - 21%	6%	12,5%	29,7%	✓
2004	7% - 10%	5 - 7%	15 - 18%	8,3%	6%	15,5%	✓
2005	>15%	10 - 13%	12 - 18%	17,2%	12,3%	16,1%	✓
2006	>37%	26 - 29%	26 - 30%	38,8%	28,9%	29,2%	✓
2007	8 - 10%	10 - 13%	19 - 23%	9,8%	12,8%	27,6%	✓
2008	6 - 8%	7,5 - 11%	13 - 19%	7,3%	10,6%	20,4%	✓
2009	>0%	1 - 3%	-	0,3%	1,1%	-	✓

Fuente: Presentación de resultados TEF

* Los crecimientos incluidos en la tabla se informan siguiendo los criterios establecidos en el momento de la fijación del guidance anual, por lo cual no necesariamente coinciden con los resultados publicados.

¹ Cifras base guidance 2009: Las cifras base de 2008 excluyen el impacto derivado de las ventas de activos (143 millones de euros de plusvalía derivada de la venta de Sogecable) y 174 millones de euros de aplicación de provisiones dotadas en T.Europa para hacer frente a los posibles compromisos derivados de la enajenación en el pasado de participaciones accionariales, una vez que dichos riesgos se han disipado o no materializado) e incluye 9 meses de consolidación de Telemig. Las cifras base para el guidance 2009 asumen tipos de cambio constantes de 2008 (promedio de 2008) y excluyen el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela. A efectos del cálculo del guidance, el OIBDA excluye plusvalías y minusvalías derivadas de la venta de compañías y saneamientos. El CapEx del Grupo Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de Telefónica España e inversiones en espectro.

Un año más Telefónica alcanzó los objetivos marcados

3. La inversión (CapEx) se sitúa en 7.459 millones de euros, frente a un objetivo que la situaba por debajo de un límite de 7.500 millones de euros;
4. El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) se incrementa un 8,4% interanual, encontrándose dentro del objetivo anunciado del 8%-11%.

La estrategia de la Compañía ha permitido reforzar adecuadamente las bases del crecimiento futuro y mantener una notable eficiencia operativa, como queda reflejado en el margen OIBDA y en la elevada generación de caja.

Ingresos

56.731 mill. de € (+0,2% interanual orgánico)

A pesar del complejo entorno de operaciones observado en 2009, que se ha reflejado en una fuerte presión en los ingresos en algunos de sus mercados, la fuerte diversificación de las operaciones de la Compañía le permite alcanzar un importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 56.731 millones de euros en 2009, con un crecimiento del 0,2% respecto a 2008 en términos orgánicos.

Destaca la notable evolución de los ingresos de Telefónica Latinoamérica, que aportan 2,7 puntos porcentuales al crecimiento orgánico y, en menor medida, de Telefónica Europa, con una aportación de 0,2 puntos porcentuales en el periodo. Asimismo, hay que señalar la mejor evolución de los ingresos de Telefónica España en el segundo semestre del año, observándose en el cuarto trimestre, y por segundo trimestre consecutivo, una desaceleración en el ritmo de descenso de los ingresos.

Por tipo de actividad, los ingresos de conectividad de Banda Ancha, tanto fijos como móviles, así como los ingresos de aplicaciones y nuevos servicios, continúan incrementando su contribución a los ingresos totales del Grupo, aportando 2,5 puntos porcentuales al crecimiento orgánico de los ingresos en 2009.

Por regiones, en el conjunto del año los ingresos de Telefónica Latinoamérica representaron el 40,5% de los ingresos totales del Grupo, teniendo Telefónica España y Telefónica Europa un peso del 34,7% y del 23,9% respectivamente.

Rentabilidad del negocio

OIBDA de 22.603 mill. de € (+0,9% interanual)

El foco de la Compañía para mejorar la eficiencia y explotar las ventajas de la escala se reflejan en el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), que alcanza 22.603 millones de euros en 2009.

En términos orgánicos, el OIBDA presenta un crecimiento del 0,9%, apoyado fundamentalmente en Telefónica Latinoamérica y en Telefónica Europa, mientras que el margen sobre ingresos avanzó hasta el 39,8%.

Por regiones, el OIBDA de Telefónica España representó un 43,2% del OIBDA total del Grupo, frente al 40,5% de Telefónica Latinoamérica y al 17,3% de Telefónica Europa.



02/3 Una trayectoria de compromisos cumplidos

Magnitudes referidas al cumplimiento del Guidance 09/08

	Criterio Guidance 09/08	Cumplimiento
Ingresos	+ 0,3%	✓
OIBDA	+ 1,1%	✓
CAPEX (millones de euros)	7.459	✓
OpCF	+ 8,4%	✓

Generación de Caja

15.346 mill. de € (+8% interanual orgánico)

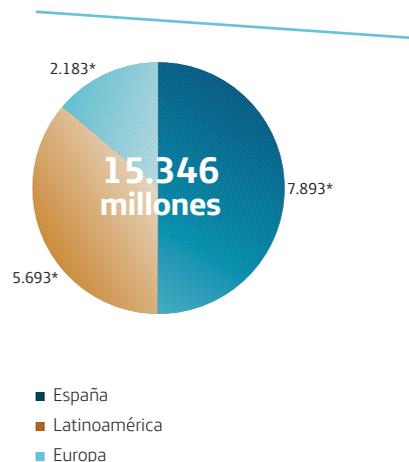
El esfuerzo de la Compañía para gestionar los gastos operativos y la inversión, se tradujo en un incremento del flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) que, al cierre del año pasado, se situó en 15.346 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual del 8,0% en términos orgánicos. Por regiones, Telefónica España aportó 7.893 millones de euros; Telefónica Latinoamérica 5.693 millones de euros, y Telefónica Europa, 2.183 millones de euros.

El flujo de caja libre generado por el Grupo Telefónica en 2009 ascendió a 9.097 millones de euros, de los cuales 959 millones de euros fueron dedicados a la compra de autocartera, 4.557 millones de euros al reparto del dividendo de Telefónica S.A., 793 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el Grupo (principalmente derivados de programas de reducción de plantilla) y 1.178 millones de euros a inversiones financieras y desinversiones realizadas en el periodo.

Con todo ello, la deuda financiera neta se redujo 1.610 millones de euros. Adicionalmente, hay que añadir 2.429 millones de euros de aumento de la deuda financiera por variaciones del tipo de cambio y variaciones de perímetro y otros efectos sobre cuentas financieras. Esto arroja un aumento total de 818 millones de euros con respecto a la deuda financiera neta a finales del ejercicio 2008 (42.733 millones de euros), situándose a cierre de 2009 en 43.551 millones de euros.

Flujo de caja operativo

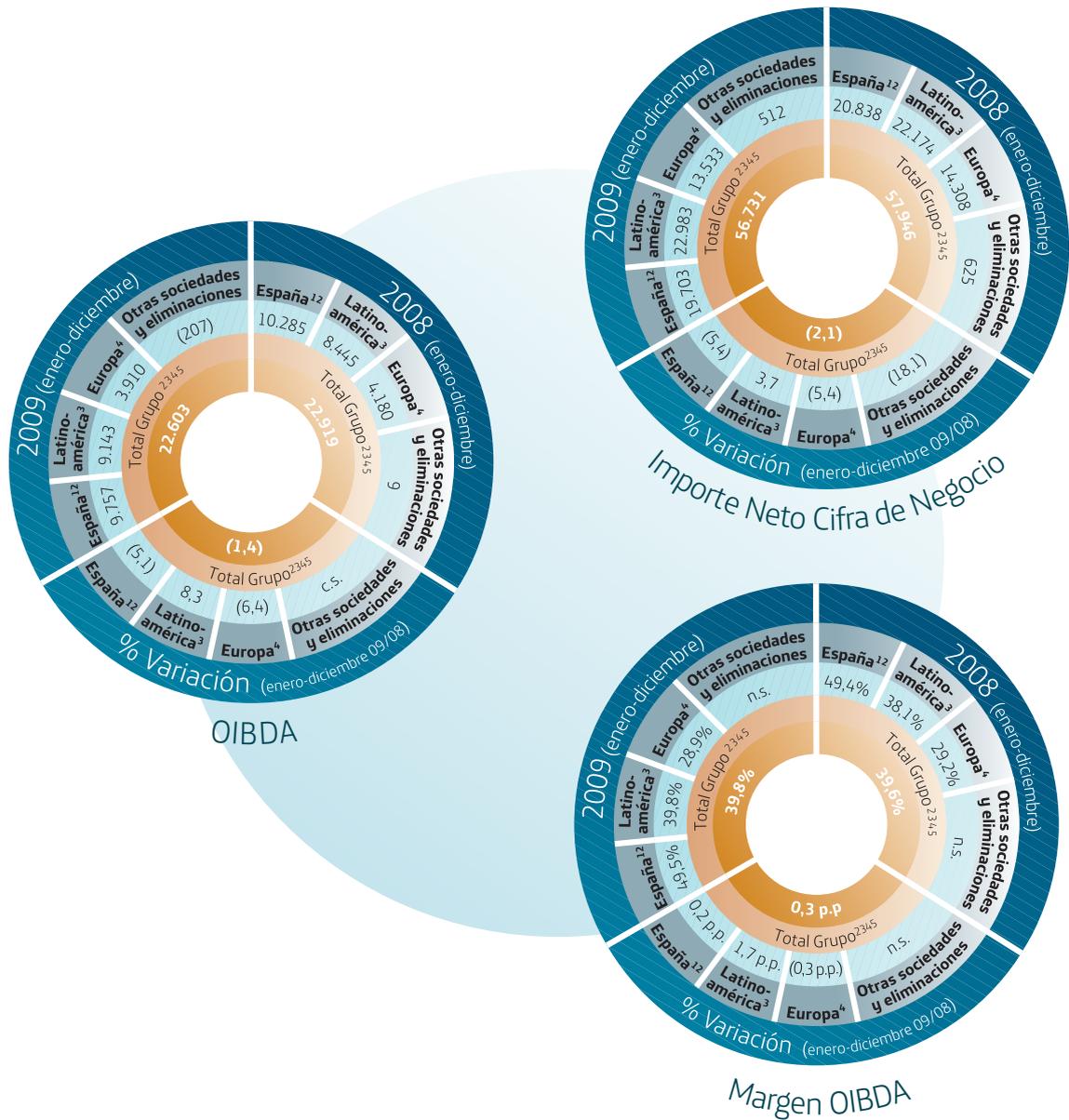
* Datos en millones de euros



Grupo Telefónica

Resultados por unidades de negocio

Millones de euros



Notas:

- OIBDA y OI de los negocios se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- Margen OIBDA calculado como OIBDA sobre importe neto de la cifra de negocios.
- Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

1 En términos comparables, los ingresos de Telefónica España caerían un 5,9%, el OIBDA descendería un 8,0% y el OpCF decrecería un 5,9%. Términos comparables excluye el impacto de Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA enero-diciembre 2009 y 74 millones de euros en el OIBDA del mismo periodo de 2008; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009, venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

2 El cuarto trimestre de 2009 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Medi Telecom (220 millones de euros).

3 A partir de abril de 2008 el perímetro de consolidación de Vivo incluye Telemig.

4 2008 recogió un impacto positivo de 174 millones euros derivado de la venta de Airwave. El OIBDA y el OI recogen unos gastos de reestructuración por importe de 44 millones de euros.

5 El segundo trimestre de 2008 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Sogecable (143 millones de euros).

Eficiencia de primera clase con espacio para la mejora

Telefónica continúa mejorando su ratio de eficiencia alcanzando un 74,1%

Mejora de la eficiencia

74% ratio de eficiencia a 2009

Telefónica lideró en el ejercicio 2008 los estudios comparativos de ratios de eficiencia ($[\text{Opex} + \text{CapEx}] / \text{Beneficios}$), presentando un ratio de 75,5%, la mejor entre sus principales competidores a nivel mundial. A pesar de ese liderazgo, hay espacios para la mejora y el objetivo es conseguir un 70% de eficiencia para el ejercicio 2012.

Muestra del acierto de las acciones y planteamientos puestos ya en marcha es la disminución, en el ejercicio 2009, a un 74,1%.

La mejora de la eficiencia es clave ya que contribuye a la competitividad y fortalece, por tanto, la capacidad de generar beneficios. La transformación de su modelo operativo no sólo permitirá a Telefónica ser más eficiente sino también aprovechar las oportunidades del nuevo entorno digital.

Unas redes y tecnología globales, con todo IP; unos sistemas globales, con las Tecnologías de la Información (IT) al servicio del negocio, y unos procesos cada día más *on line* son la base de dicho modelo.

Mayor cobertura y mayor capacidad

Cobertura red 3G: +15p.p.

El enfoque en este campo se centra en dotar a la Compañía de herramientas que le permitan aprovechar el crecimiento futuro del sector, especialmente en la Banda Ancha, que será una de las mayores fuentes de ingresos.

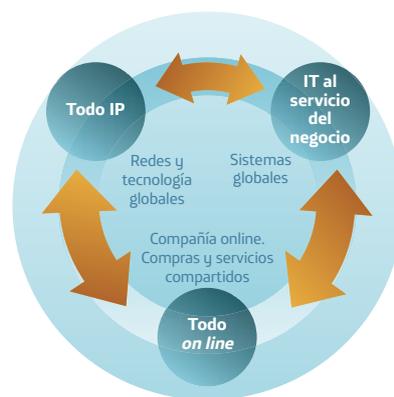
En 2009, Telefónica siguió trabajando para contar con una red potente, integrada, flexible, inteligente, abierta y de bajo coste. Pese a la coyuntura económica, a lo largo del ejercicio, Telefónica incrementó la cobertura de las redes 3G en 15 puntos porcentuales; aumentó las líneas fijas con capacidad para más de 25 megas en más de 5 puntos porcentuales; y multiplicó la capacidad de la red IP por 2.

Éstas son las líneas de trabajo prioritarias para Telefónica en redes y tecnología:

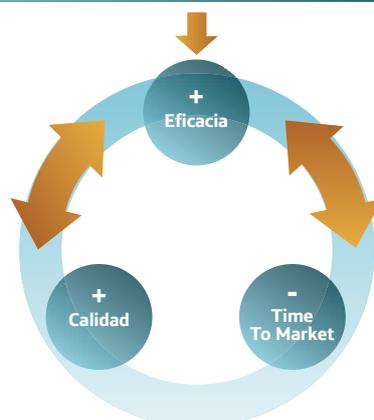
- Integrar, desde el punto de vista de la tecnología, la visión del cliente de los servicios fijos y móviles, ofreciendo la mejor oferta de conectividad en cualquier entorno.

- Convertir la calidad del servicio, tanto en velocidad como en experiencia de usuario, en uno de los principales elementos diferenciadores de la Compañía.
- Estandarizar el modelo de red para aprovechar la escala al realizar compras de equipos y contratos de servicios.
- Compartir infraestructuras de red con otros operadores y externalizar procesos, cuando no sean elementos de diferenciación de nuestra oferta.
- Potenciar la automatización en las redes.

Hacia un nuevo modelo operativo



- Aprovechar al máximo la escala
- Acelerar los cambios necesarios para aprovechar las oportunidades de la tecnología y tener una visión única del cliente



El objetivo es bajar hasta el 70% en 2012

Entre las iniciativas más recientes de la Compañía en este ámbito cabe mencionar: el acuerdo con Vodafone para compartir activos de redes móviles en varios países de Europa, la automatización de la gestión de alarmas en red, o las compras globales de equipos homogéneos de Banda Ancha fija para la casa del cliente.

Una nueva compañía de IT para las operadoras del Grupo

La visión de Telefónica de poner las Tecnologías de la Información al servicio del negocio y con una visión centrada en el cliente, le está ayudando a aprovechar al máximo las nuevas fuentes de crecimiento. El objetivo es unificar la información de cliente, con procesos integrados y con plena visibilidad extremo a extremo, permitiendo ofrecer al cliente una experiencia diferenciada, independientemente de los canales y dispositivos que use, reforzando con ello su relación con nuestras marcas y productos

En este sentido, está siendo esencial la puesta en marcha en 2009 de un modelo de gestión de los sistemas homogéneo en todo el Grupo, que pone en valor nuestra escala y alinea sus prioridades con la estrategia de negocio.

Elementos fundamentales de este modelo son:

- Consolidar y optimizar sus Centros de Datos, dotándolos de una arquitectura técnica y unos procesos de gestión comunes que permiten alcanzar a la vez los mayores niveles de eficiencia y de excelencia operativa (disponibilidad, seguridad,...).
- Dotar a sus empleados de las mejores herramientas (*hardware y software común*) aprovechando la escala para combinar funcionalidad y eficiencia.
- Modelo de gestión IT y de relación con los proveedores compartido.
- Arquitectura de sistemas común, definiendo un mapa de sistemas global que maximice la escala y la reutilización en la evolución de las aplicaciones alineada con la del negocio.

Como instrumento para la gestión de este modelo se ha creado una nueva compañía de IT que provea todos los servicios IT a las operadoras del Grupo.

Creación en Munich de una nueva unidad de gestión global de las compras

La nueva organización de Telefónica en Munich para concentrar la gestión de compras de las líneas de Sistemas de Información, Infraestructura de Redes y Productos de Mercado, responde a tres objetivos: simplificar los procesos de compra, aproximarse a los proveedores y aprovechar las economías de escala mediante la concentración de la demanda.

Su ubicación en la ciudad alemana responde, fundamentalmente, a la localización de los principales proveedores del sector en esta ciudad alemana. Su equipo está formado por personas de las áreas de compras de Telefónica en todo el mundo. Como consecuencia, se beneficiará de la experiencia y *know how* de estos profesionales.

La nueva unidad recibe todas las peticiones de compra en las tres citadas líneas de productos, de las distintas operaciones en todo el mundo y negocia con los proveedores de forma unificada, lo que redundará en una mejor gestión, ahorro de costes y simplificación de los procesos. La unidad estará dotada de todas las herramientas para funcionar de modo *on line*. Así, por ejemplo, los proveedores realizarán todas las facturas de forma electrónica.

Avanzando hacia la Compañía *on line*

En 2009, Telefónica siguió trabajando para convertirse en una empresa totalmente *on line*. Su objetivo es aumentar de 2008 a 2012, en 22 puntos porcentuales el volumen de transacciones que realiza con los clientes de modo electrónico. Del mismo modo, se seguirá avanzando hacia una mayor inmediatez y transparencia en la relación con proveedores, con un alto porcentaje de subastas electrónicas en los procesos de Compras.

Esta filosofía de trabajo *on line* guía, por ejemplo, la labor de la nueva unidad de gestión global de las compras constituida por Telefónica en Munich. Dicha unidad ha de permitir aprovechar la escala, objetivo para el que el Grupo está también recurriendo a una baza importante: las sinergias con sus socios China Netcom y Telecom Italia.

Innovación para el crecimiento

La inversión en I+D+i ascendió a 4.291 millones de euros

Modelo de gestión de la innovación

Los cambios vividos en el contexto económico actual de globalización y de convergencia tecnológica, han posicionado a la innovación en Telefónica como una herramienta clave para alcanzar objetivos de crecimiento de ingresos y optimización de costes operativos.

Son tres las líneas de acción sobre las que avanza este modelo: una **plataforma global de innovación** con aplicación local en las unidades de negocio, el desarrollo de capacidades que permitan alcanzar oportunidades de **negocio a largo plazo** y, finalmente, ofrecer una **respuesta global** frente a competidores y socios globales.

Proceso de gestión de la innovación

El proceso de gestión de la innovación tiene por objetivo asegurar un portafolio de proyectos e inversiones en recursos con elevado índice de retorno. Actualmente, está en marcha un proceso con carácter anual que tiene por objetivo establecer las prioridades de innovación y transformación con un horizonte a tres años vista, a partir de una revisión rigurosa de las estrategias de la Compañía, contexto, tendencias de consumo y cliente, tecnologías emergentes, etc.

Como resultado, este primer año de arranque, se establecieron en el Comité de Innovación, para el periodo 2010-2012, 12 prioridades globales de innovación como áreas específicas de foco en la creación de nuevos ingresos. En paralelo, desde el área de Transformación se establecieron a su vez 18 Prioridades Globales, centrandos los esfuerzos de la Compañía en tecnología y capacidades en red, plataformas y sistemas específicos y vitales para el soporte y desarrollo del negocio en estas áreas de innovación de primera magnitud.

En este Comité, están representadas las tres unidades de negocio regionales (Telefónica España, Telefónica Europa y Telefónica Latinoamérica) y las unidades corporativas de Innovación y de Transformación.

Investigación y Desarrollo

+4% interanual en I+D

La actividad de I+D (investigación y desarrollo) sigue siendo el catalizador de la innovación tecnológica. Durante 2009, Telefónica I+D ha realizado una inversión total en innovación tecnológica (I+D+i) de 4.291 millones de euros. De este importe, el esfuerzo concreto en I+D ascendió a 693 millones de euros, lo que supone un incremento de 4% respecto a 2008.

Red de innovación abierta de Telefónica



La inversión en I+D+i ascendió a 4.291 millones de euros

Dentro de este esfuerzo, Telefónica dedicó a "investigación aplicada" 70 millones de euros dirigidos principalmente a la conceptualización y desarrollo de nuevos servicios y de las redes del futuro. Además, durante 2009, Telefónica I+D registró 57 patentes en tecnologías de la información y la comunicación.

El resto de la inversión en I+D, 623 millones de euros, ha ido dirigida fundamentalmente al **desarrollo de nuevos productos**, servicios y sistemas de gestión, así como a la mejora sustancial de los ya existentes. Una parte importante del esfuerzo se ha realizado en colaboración con empresas líderes de cada sector. Ejemplos de estas plataformas de desarrollo en cooperación son la Plataforma Morfeo, o "Movilforum".

Por último, durante 2009, Telefónica también ha realizado un esfuerzo importante en **innovación tecnológica**, para desplegar los servicios y redes desarrollados dentro de sus actividades de I+D, con una inversión de 3.598 millones de euros. Las dos líneas más destacadas han sido por una parte acciones para el despliegue de estas novedades y por otra la implantación de redes de Banda Ancha fija y móvil en los países en los que opera la Compañía.

Ejemplos de los proyectos desarrollados por Telefónica I+D son Rehabilitic, Colabor@ en Chile y España, la plataforma para enfermos crónicos o Telecare Móvil, "Mi familia".

Productos y servicios globales

La unidad de "Desarrollo de Productos y Servicios Globales" tiene como finalidad la identificación de nuevos productos, servicios y aplicaciones y su desarrollo de forma única para todos los mercados en los que está presente la Compañía.

La generación de un catálogo de productos y servicios globales se apoya en unos Centros de Competencia especializados, ajustándose a la aplicación de cuatro principios operativos: desarrollos abordados por unidades globales; recursos dedicados y unas reglas claras de gestión; clara dotación presupuestaria de gastos e inversiones; y alineamiento entre los objetivos e incentivos globales y los locales.

Por otra parte, los Centros de Competencia son equipos globales dedicados al desarrollo de proyectos específicos por segmento y tipo de servicio. Su nueva estructura fue aprobada en julio de 2009:

Basic Home Station

El Centro de Competencia de Hogar Digital diseñó un nuevo concepto en terminales de usuario para clientes ADSL (routers) denominado *Basic Home Station* que supone un salto tecnológico y beneficia a los clientes del Grupo Telefónica. Su factor diferenciador reside en la mejora en la experiencia de usuario, a través de una sencilla interfaz de uso y un diseño atractivo.

En cuanto a funcionalidades, el *Basic Home Station* permite una mayor cobertura inalámbrica dentro de los hogares y la posibilidad de compartir impresoras o discos duros USB en la red del hogar. Además, este producto fomenta el aprovechamiento de toda la cobertura de Movistar conectando el equipo a un modem USB con conectividad 3G.

1. C.C. orientado a las personas: Mobile Data group (MDG) en T. Europa.
2. C.C. orientados al hogar: IPTV (TdE) y Hogar Digital, en Telefónica, S.A.
3. C.C. orientado a las empresas: Corporate ICT, en Telefónica España.
4. C.C. transversal: presta apoyo tecnológico al resto de los CCs (New Access Services-NAS, en T. España).
5. Proyecto global: Open Telefónica, en Telefónica, S.A.

Nuevos negocios

La unidad de nuevos negocios tiene la misión de desarrollar y hacer crecer negocios en áreas nuevas y adyacentes. Actualmente está formada por las líneas de e-Health, Servicios Financieros, e-Learning, e-Travel y Seguridad.

Las dos primeras permiten aprovechar en nuevos espacios las potenciales discontinuidades tecnológicas que generan un mayor poder adquisitivo. Los casos de e-Learning y Viajes y Seguridad, potencian el crecimiento de negocios ya existentes.

e-Health

La unidad corporativa de e-Health nace como resultado de un análisis estratégico que evalúa nuevos negocios en los que Telefónica puede aportar valor en las sociedades donde opera. La iniciativa global de e-Health divide los productos y servicios en tres categorías

Colabor@

Colabor@ es un sistema, desarrollado en el centro de Granada de Telefónica I+D, que facilita la colaboración en tiempo real entre profesionales sanitarios, con el fin de mejorar el servicio que se ofrece a los pacientes y de facilitar el trabajo de los profesionales de la salud, a partir de aplicar las TIC a la medicina. El centro de Granada cuenta con más de 50 profesionales dedicados a la innovación y es pionero en el desarrollo de productos y servicios en el ámbito sociosanitario, salud y teleasistencia.

Este sistema se trata de una herramienta ágil y sencilla, que permite establecer sesiones de trabajo virtuales, para compartir información médica en tiempo real entre profesionales médicos. Basándose en las capacidades que ofrece la comunicación multimedia, los médicos pueden interactuar entre ellos, para: solucionar casos complejos, llevar a cabo sesiones diarias de cooperación e intercambio de opiniones, establecer sesiones entre profesionales de un centro de salud o de un centro geriátrico, con especialistas de un hospital de referencia para tratar casos comunes, y realizar un tele-diagnóstico mediante videoconferencia, entre otras aplicaciones.

Durante 2009 Colabor@ ha sido galardonado con el premio a "La innovación en las telecomunicaciones" de la revista Muy Interesante.

(ITC, Telemedicina y Teleasistencia), habiéndose implantado a nivel global en Telefónica, contando con presencia tanto en España como en Europa o Latinoamérica.

Como ejemplos a destacar en la actividad de esta unidad son la aplicación del iPhone para personas con autismo en Telefónica O2 Irlanda, basado en la comunicación a través de imágenes.

Servicios Financieros

Durante 2009 Telefónica ha trabajado en el desarrollo de servicios financieros a través del móvil. Con ello Telefónica tiene el objetivo de posibilitar nuevos modos de disponibilidad de fondos o control de las cuentas, todo ello con un bajo coste, y resultando en ingresos significativos para el Grupo en Europa y Latinoamérica.

Como ejemplo en el Reino Unido, Telefónica firmó un acuerdo con Natwest O2 en 2009 lanzando su primera tarjeta financiera pre-pago, denominada O2 Money Card que, basada en el concepto de control del gasto y libertad. Esta tarjeta funciona a través de alertas recibidas en el teléfono móvil, y supondrá un incremento sustancial en la fidelización de los clientes británicos.

e-Learning

Telefónica Learning Services, conocida hasta ahora como Educaterra, cuenta con 9 años de experiencia en el mercado y más de 150 clientes, incluyendo corporaciones y administraciones públicas. Su foco principal es España y en la actualidad su presencia y servicios se están extendiendo a todos los países en los que opera Telefónica.

Banca Móvil (Colombia)



Este proyecto piloto de Banca Móvil para caficultores fue desarrollado junto a la Federación de Cafeteros de Colombia y el Banco de Bogotá. Su objetivo es permitir a los asociados realizar operaciones financieras a través de sus cédulas cafeteras. También es posible consultar el precio del café, el saldo y los últimos abonos en la tarjeta. Los municipios de San Gil, Río Sucio, Socorro y Quinchía, han sido los primeros beneficiados por este plan, que hasta el año 2009 ha logrado beneficiar a 5.000 caficultores y, sólo en su primer mes registró 1.300 transacciones.

e-Travel

Participada al 50% por Telefónica y Orizonia, Rumbo cuenta actualmente con presencia en España, Portugal, Argentina, Brasil, Colombia y Venezuela. Los dos pilares básicos de su éxito son la innovación tecnológica y la calidad en el servicio de atención al cliente. Extendiendo el negocio de mayor tracción, la venta de billetes aéreos, en 2009 se lanzó Rumbo Negocios, un portal especializado en viajes para empresas, para facilitar el ahorro de pymes y grandes clientes con ofertas paquetizadas de bajo coste. Rumbo alcanzó en 2009 unos ingresos de 455 millones de euros, un incremento del 11% respecto al año anterior, y un crecimiento del 28% en número de clientes.

Capital Riesgo

La toma de participaciones minoritarias en compañías innovadoras, más allá de las fronteras de nuestro Grupo, se articula en Telefónica a través de un fondo destinado a invertir en empresas con capacidades (productos, servicios y tecnología) estratégicas para los negocios del Grupo. Los objetivos principales son: acelerar la entrada en nuevos negocios; adquirir conocimiento en nuevas tecnologías disruptivas y/o emergentes. El fondo centra sus actividades e inversiones en compañías de Silicon Valley e Israel.

El mecanismo de búsqueda se beneficia de manera eficiente de las relaciones estructuradas y selectivas con líderes mundiales en el capital-riesgo como son Sequoia, Benchmark, y Draper Fisher Jurvetson.

Como ejemplos de compañías en el portafolio actual se encuentran "Amobee" (capacidades y plataforma de publicidad en el móvil) o "Kyte" (plataforma de vídeo convergente).

Assia



"ASSIA se siente orgullosa de contar con Telefónica como inversor estratégico y miembro observador del Comité de Dirección. ASSIA considera a Telefónica uno de los principales líderes en innovación en la industria de las Telecomunicaciones a nivel mundial y espera tener la oportunidad de desplegar sus soluciones a través del Grupo, así como aunar esfuerzos de innovación para aumentar el liderazgo mundial de las redes DSL de banda ancha de Grupo Telefónica". (John. M. Cioffi, CEO ASSIA)

En 2009, se ejecutó una inversión de 5 millones de dólares americanos en "Assia". Esta compañía es un líder mundial en tecnologías DSM con más de 200 patentes. Las tecnologías DSM permiten ampliar la calidad y el alcance de los servicios DSL en las redes tradicionales de cobre, incrementando la satisfacción del cliente y el ancho de banda del servicio.

impacto sobre las infraestructuras existentes. Por otro lado, permite a Telefónica participar del mercado del "content delivery", liderado hoy por compañías como Akamai a nivel mundial. Adicionalmente, permite ofrecer una calidad diferencial para sus clientes de Banda Ancha, tanto para aquellos gestionados por Telefónica como para contenidos OTT, incluso para vídeo de alta definición.

Los fondos asignados al proyecto en 2009 han permitido el desarrollo de la tecnología de CDN con el esfuerzo y apoyo de Telefónica I+D y el despliegue de un piloto con 60 puntos de presencia en 10 países. La fecha estimada del lanzamiento comercial será durante el tercer trimestre de 2010.

Adquisiciones

Las adquisiciones son una herramienta fundamental para la incorporación en tecnologías emergentes y en servicios innovadores como parte de las capacidades y la oferta del Grupo con el objetivo de desarrollo de negocios adyacentes.

Muestra de ello es la adquisición de Jajah en 2009. Esta adquisición representa un salto en las capacidades de Telefónica en servicios VoIP,

Mejores prácticas como palanca de innovación

La transferencia de mejores prácticas entre unidades de negocio es otra palanca de innovación efectiva en Telefónica que permite aplicar de manera inmediata los beneficios locales amplificando dichos beneficios con una menor inversión de recursos para su implantación.

Incubadoras

La iniciativa de incubadoras se centra en mirar dentro de la propia Telefónica para sacar partido de las inquietudes emprendedoras de los empleados, dotando a estas ideas de nuevos negocios de los medios necesarios para hacerse realidad. En las incubadoras se democratiza la innovación sacando partido a la diversidad de perfiles y conocimientos que Telefónica tiene en sus más de 255 empleados. Cualquiera con una buena idea y espíritu emprendedor puede llegar a convertirse en un pequeño empresario.

Tecnología NFC

Esta tecnología (*Near Field Communication*) permite realizar pagos de forma sencilla y rápida a través del teléfono móvil dotándolos de una tarjeta de crédito dentro de su dispositivo. Mediante los fondos de incubación se ha desarrollado una interfaz amigable para los clientes y se han realizado pruebas piloto en diversos países para perfeccionar el proyecto y validarlo en entornos reales.

Hybrid CDN

La iniciativa de CDN persigue cuatro objetivos simultáneos. Por un lado, propone un modelo de gestión de tráfico de vídeo que optimiza el uso de los recursos de red, minimizando el impacto su

Telefónica adquiere Jajah, empresa líder de comunicación IP



Telefónica anunció en 2009 la adquisición de Jajah, una compañía innovadora líder de comunicaciones, por 145 millones de euros (207 millones de dólares) con sede en Silicon Valley, California e Israel.

Jajah ofrece servicios integrados de VoIP y mensajería instantánea con redes sociales en cerca de 200 países. Sus soluciones para el segmento negocios ofrecen servicios de comunicación IP integrales para toda la organización, independientemente de la localización o el dispositivo.

Trevor Healy, CEO de Jajah, ha explicado: "se trata de un emocionante acuerdo entre una compañía joven e innovadora con una de las mayores compañías integradas de telecomunicaciones del mundo. Juntos, esperamos poder crear comunicaciones de próxima generación".

Marcas confiables y sólidas

Movistar y O2 figuran en los puestos 1 y 2 en los rankings internacionales de notoriedad de marca

Un nuevo modelo de marca

Telefónica, aprobó al inicio del año 2009 un nuevo modelo de marca para todo el Grupo, un modelo que tiene su primer reflejo en España en Mayo 2010 y que a lo largo de los próximos dos años se irá implantando en todo los países donde el Grupo Telefónica está presente. Sin duda, será uno de los pilares fundamentales de crecimiento en el futuro.

El nuevo modelo de marca parte de la visión de negocio de la Compañía y, con foco en el cliente, evoluciona para dar respuesta a sus necesidades, que evolucionan hacia un entorno cada vez más convergente y global.

Con el objetivo de fortalecer la posición del Grupo Telefónica y aprovechar las oportunidades futuras, el modelo actual de marca, heterogéneo y fruto del crecimiento y las adquisiciones, se reordena pasando a un modelo regional simplificado, que es capaz de hablar con una sola voz a cada público objetivo.

El peso del rol corporativo e institucional en todas las geografías pasa a depositarse en la marca Telefónica, mientras que Movistar y O2 son las marcas bajo las que se articulará la oferta comercial en sus respectivas zonas geográficas: Movistar para España y Latinoamérica y O2 en UK, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia.

Este nuevo modelo, maximiza el valor de las marcas y las dota de flexibilidad suficiente para adaptarse a las nuevas realidades de los mercados. El nuevo modelo de marca es un elemento clave de transformación de la organización, para construir un Grupo aun más integrado.

La marca institucional



La marca Telefónica se reserva el papel institucional, para hablar con las instituciones, accionistas e inversores, clientes, sociedad y empleados en todos aquellos países en los que el Grupo opera.

El objetivo de este nuevo rol es apoyar la nueva etapa estratégica de la Compañía, elevar el papel institucional de Telefónica, haciéndolo más global, más potente y con mayor resonancia entre las distintas audiencias a las que se dirige, siendo el nexo de unión de las marcas comerciales y la marca que une a todos los empleados.

La nueva visión corporativa de Telefónica, expresada en el lema "El Poder de Transformar", recoge una tradición de más de 85 años de historia. Un legado de crecimiento, de innovación, de transformación, de creación de valor para las audiencias de la Compañía.

Las nuevas marcas comerciales, Movistar y O2, cuentan con el sustento y garantía de la fortaleza financiera de Telefónica, unida a la visión de negocio y el talento de una organización comprometida de más de 250.000 empleados.

El nuevo rol de Telefónica como marca, tiene su reflejo en una identidad visual evolucionada que responde a la nueva estrategia de marca. Así, manteniendo el logo existente, cambian los colores corporativos, a un tono azul más oscuro, más Premium, con el objetivo de reforzar el rol y altura del papel institucional que le corresponde.

Las marcas comerciales

La oferta comercial del Grupo Telefónica se articulará, bajo el nuevo modelo de marca a través de Movistar y O2, con una clara orientación al cliente.

El nuevo modelo impulsará el modelo de operador integrado, materializando una oferta integrada de productos y servicios, en un entorno cada vez más convergente y competitivo, lo que permitirá simplificar y homogeneizar la experiencia del cliente, construyendo vínculos más emocionales que fortalezcan las marcas comerciales frente a sus competidores, y buscar una mayor eficiencia en marketing y comunicación.

Movistar. "Compartida la vida es más"

La nueva Movistar, con todas sus capacidades, es el telón de fondo de esta nueva realidad para España y Latinoamérica.

Movistar, con una sola voz tanto para clientes particulares como negocios, aúna las capacidades de la oferta integrada y puntera a nivel global, poniendo a los clientes en el centro de toda la actividad de la Compañía, para construir fuertes conexiones emocionales y relaciones duraderas.

Ello ha implicado la necesidad de reposicionar la marca Movistar a través de una idea de marca ("Compartida la vida es más"), unos valores y una personalidad que ayudarán a construir una diferenciación positiva frente a sus competidores, a aumentar los vínculos

Una única voz para cada público objetivo



con los clientes, así como reordenar el portafolio de productos y servicios a la nueva realidad de arquitectura de marca, creando un sistema que permita responder a la evolución del negocio.

Movistar como marca ha madurado; ha pasado a ser la marca comercial de la Compañía en España y Latinoamérica para todos sus productos y servicios, fijos o móviles. Así, desde un acercamiento pragmático, apalancándose en la realidad existente, se ha evolucionado su identidad visual de marca, más formal, más adulta y más madura. Un cambio que responde de modo directo a la nueva estrategia de negocio y al nuevo modelo de marca.

02. Mirando a Europa

La marca O2 se mantiene como la marca comercial que sustenta la oferta comercial para móvil, fijo y servicios de banda ancha para



Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia. Dentro del nuevo modelo de marca, O2 establece vínculos más cercanos con el conjunto de marcas del Grupo Telefónica. Los valores de la marca: *Bold*, *Open*, *Trusted* y *Clear* son relevantes para sus mercados y coherentes tanto con la marca comercial Movistar, como con la marca institucional

Liderando rankings

Tanto la marca Movistar como O2, figuran en los primeros puestos de los *rankings* internacionales de presencia y recuerdo de marcas. El nuevo planteamiento reforzará esta posición, y potenciará la marca institucional ampliando su presencia en todas las geografías.

Otras marcas, de forma muy selectiva (Terra, Atento, Fonic, etc.), pueden tener cabida para aprovechar ámbitos de negocio donde, bien no lleguen, o no interese que cubran nuestras principales marcas comerciales Movistar y O2.

Para la implantación efectiva de este modelo, la Compañía ha creado la figura de *Brand Guardianship*, que velará por la consistencia de todas las aplicaciones y decisiones que tengan relación con las marcas.

Notoriedad de la marca

Notoriedad espontánea de la marca Telefónica (Datos del año 2009).

País	Ranking
España	1
Chile	2
Perú	1
Argentina (Banda Ancha)	1
Colombia*	2

País	Ranking
España	1
Chile	1
Perú	2
Argentina	2
México	2
Uruguay	1
El Salvador	1
Guatemala	1
Nicaragua	1
Venezuela	1
Colombia	2
Ecuador	1
Panamá	1
Irlanda	2
Eslovaquia	3
República Checa	1
Inglaterra	2
Alemania**	3

Datos obtenidos del TPSM (ATP) de MillwardBrown, acumulado el total del año 2009.

* El dato corresponde a Telefónica Telecom.

** Dato recogido del estudio de ICON Added Value, perteneciente al grupo KAN-TAR (mismo grupo al que pertenece MillwardBrown).

El compromiso de un equipo con experiencia

El índice de clima y compromiso del empleado se situó en 73%

Plantilla

257.426 empleados en 25 países

Al cierre del ejercicio 2009, el Grupo Telefónica contaba con una plantilla física de 257.426 empleados repartidos en 25 países. A nivel global, la plantilla se considera estable con relación a 2008.

Por regiones, Latinoamérica sigue concentrando el mayor porcentaje de la plantilla del Grupo Telefónica (68%), seguido por España (20%) y Europa (11%).

La distribución de la plantilla de Telefónica, sin considerar Atento, se reparte principalmente entre funciones Comerciales y de Producción, con un 41,2% y un 46,5% respectivamente. El resto, un 12,3% se dedica a funciones de apoyo.

Un 97% de la plantilla equivalente mantiene un contrato indefinido con la compañía, porcentaje disminuye al 84% al incluir al personal de Atento.

El 36% de la plantilla del Grupo Telefónica son mujeres, porcentaje que asciende a un 50% al considerar Atento. En 2009, el porcentaje de mujeres directivas ascendió al 21% frente al 17% de 2008, muestra de la política de igualdad de oportunidades y diversidad de Telefónica.

Compromiso del empleado

ICC: 73% (+4 p.p. interanuales)

En 2009, el índice de clima y compromiso del empleado (ICC), cuya medición es idéntica en todos los países, se situó en un 73% de media, lo que supone una mejora de 4 puntos frente al año ante-

rior, superando los objetivos marcados. En los últimos 3 años, la mejora ha sido de 7 puntos porcentuales. Por regiones, Latinoamérica es la que presenta el mayor crecimiento con una mejora de 6 p.p. situándose en el 83%. Le sigue España, con una mejora de 5 p.p. y en el 60%. Europa, con un ICC del 76%, se mantiene estable en los últimos tres años, creciendo 1 p.p. en 2009.

Las principales causas de esta mejora del clima laboral se encuentran en los programas de transformación y gestión de compañía desarrollados en las Unidades de Negocio de España ("GPS", dentro del cual destaca la iniciativa "Satisfacción Equipo") y Latinoamérica ("Ahora", lanzado en 2007; que han facilitado una gestión finalista y focalizada, lo que ha reforzado la sensación de equipo y liderazgo.

Best Place to Work

22 empresas del Grupo incluidas en el ranking

Consecuencia de una mejora de la satisfacción del empleado, en 2009 las diferentes unidades de negocio fueron reconocidas como "buenos lugares para trabajar" según la metodología Best Place to Work.

En Latinoamérica, el número de operadoras del Grupo que integran el ranking del "Great Place to Work Institute" pasa en 2009 a 22, de 17 en 2008, ocupando el primer puesto en Uruguay, Ecuador y Venezuela.

En Europa, Telefónica consiguió el primer puesto de "Best Place to Work" en Alemania, el segundo en Irlanda (y mejor empresa del sector de Telecomunicaciones), y el puesto número 16 en el "Best Big Company to Work for" en Reino Unido, (concedido por Sunday Times).

Telefónica España ha sido reconocida con distintos galardones que sitúan a la compañía como uno de los mejores lugares para traba-

Plantilla física por regiones

	2009	2008	2007	Var. % 09/08
España	52.060	52.576	53.300	-1,0
Latinoamérica	175.350	173.014	164.231	1,4
Europa	27.964	29.349	29.310	-4,7
Resto del mundo	2.052	2.096	1.646	-2,1
Total	257.426	257.035	248.487	0,2

Telefónica cuenta con más de 257 mil empleados en 25 países

jar, como son el ranking "Empresa Top para Trabajar" (otorgado por el "CRF Institute"), el 8º puesto del ranking general de "Mercoper-sonas 2009", el segundo lugar en el ranking internacional "Mejor Empresa para Trabajar" y primer puesto del ranking de Actualidad Económica (realizado por Iberinform), concedido a Telefónica S.A.

Formación

63 Millones € (+4% interanual)

La formación es la base para un desempeño excelente. A este respecto, en 2009, se alcanzaron más de 11 millones de horas con respecto a los más de 10 millones en 2008, representando un incremento de 18%. El importe invertido en formación ascendió en 2009 a 63 millones de euros.

Para la formación es clave el rol de la **Universitas Telefónica**, inaugurado en marzo de 2009. Situado en un lugar privilegiado, a 40 km al norte de Barcelona, con una extensión de 18.000 m², cuenta con una zona residencial con una capacidad de 180 habitaciones y numerosas salas de trabajo.

La misión de Universitas Telefónica es trabajar por el desarrollo continuo de los profesionales de la Compañía, impulsar un estilo de liderazgo propio y difundir la estrategia del negocio, mediante el trabajo en equipo, y el intercambio de conocimientos y las mejores prácticas de los mercados en los que Telefónica está presente.

En 2009 en Universitas Telefónica se impartieron 51 ediciones de 19 programas enfocados en las competencias del Modelo de Liderazgo de Telefónica y que contaron con la participación de 1.395 profesionales con un nivel de satisfacción global de un 8,7 sobre 10. Como actividades complementarias se realizaron 28 eventos corporativos con un total de 1.178 asistentes.

Gestión del Talento

En Telefónica la gestión del talento pasa por premiar, desarrollar y retener los perfiles más adecuados para garantizar la sostenibilidad del negocio. Por ello, el modelo de Competencias de Telefónica, está adaptado a las necesidades del negocio, identificando seis áreas clave para los niveles directivos.

A finales de 2008 y comienzo de 2009, se lanzó por segunda vez la evaluación 360º a nivel directivo con el mismo cuestionario en

todas las regiones. En Telefónica España y Telefónica LatAm el índice de informes completados fue del 99%, en Telefónica S.A. y filiales de un 97%, y en Telefónica Europa un 96%.

Movilidad

Telefónica es consciente de las posibilidades que como empresa global tiene el disponer de una red internacional. Durante 2009 se finalizó la implantación del Modelo de Gestión Global de Asignaciones Internacionales. De acuerdo a la tipología de movimientos internacionales, el 57% ha sido de larga duración (2-3 años), el 3% de corta duración (hasta 12 meses), y el 40% han sido rotaciones.

Por lo que se refiere a la transparencia, en 2009 se publicaron a nivel global de 55 vacantes directivas, de las cuales el 25% se cubrieron con candidatos de diferentes negocios del Grupo y un 95% de éstos eran expatriados.

Diálogo social y convenios colectivos

186.970 personas dentro de convenio (73%)

El Protocolo social de Acuerdos Internacionales y su Código de Conducta (renovado y firmado en el mes de diciembre de 2007, entre la UNI y los sindicatos UGT y CCOO, y Telefónica), y los Principios de Actuación, han constituido, en 2009, los referentes de actuación en relación con el diálogo social, especialmente con el ejercicio de los derechos de asociación, participación y negociación colectiva de los trabajadores.

Consecuencia de este marco, en 2009 más de un 72% de la plantilla tuvo reguladas sus condiciones laborales por acuerdos o convenios colectivos lo cual representa a cerca de 186.970 empleados.

En España, en 2009, las empresas con mayor número de trabajadores mantuvieron los convenios ya vigentes, aplicando los mecanismos de "negociación permanente" que aseguran la continuidad del diálogo social durante el período de vigencia de los mismos.

Alianzas y socios adecuados

El impulso a las alianzas firmadas refuerza la posición de liderazgo de Telefónica

Reforzando las alianzas

Las alianzas estratégicas han permitido afianzar su posición de liderazgo. A través de ellas alcanza a 650 millones de clientes en todo el mundo, lo que representa aproximadamente un 10% de la población mundial.

Durante el ejercicio 2009 las alianzas estratégicas que el Grupo tiene firmadas experimentaron un notable impulso. En primer lugar, se decidió la creación de un área específica en Telefónica S.A. cuya principal misión es la de optimizar la gestión de dichas alianzas bajo una perspectiva y liderazgo comunes.

La Dirección de Alianzas Estratégicas y Participaciones Industriales efectuó, a partir del mes de junio, avances en esos aspectos de gestión tanto en aspectos cuantitativos como cualitativos. Esas decisiones quedaron plasmadas en acciones concretas tanto en el frente del control accionario como de la gestión industrial con los socios de Telefónica: Telecom Italia y China Unicom.

A finales del año se acordó también extender este mismo modelo operativo de maximización de sinergias a otros mercados donde el Grupo no se encuentra presente. El objetivo final es apalancar la escala alcanzada por Telefónica con terceros operadores bajo un modelo de relación estrictamente comercial.

Telecom Italia

Participación indirecta del 10,49%¹

En octubre de 1997, Telefónica se unió a un grupo de instituciones italianas (Generali, Mediobanca, Intesa Sanpaolo y Benetton) para formar el consorcio de Telco con el objetivo de adquirir un paquete significativo de acciones ordinarias de Telecom Italia.

Esta inversión permitió al Grupo convertirse en el mayor accionista del citado consorcio y sentar las bases para el desarrollo de un importante programa de sinergias operativas con el objetivo de poner en valor la escala mutua de ambas compañías mediante la implementación de las mejores prácticas comerciales y operativas.

¹ Telefónica posee una participación indirecta en el capital ordinario (con derecho a voto) de Telecom Italia a través de Telco de, aproximadamente, un 10,49%. Si computáramos las acciones de ahorro (azioni di risparmio), que no confieren derechos políticos, la participación indirecta de Telefónica sobre Telecom Italia sería de un 7,21%..

En octubre del pasado ejercicio, Telefónica junto con sus socios Generali, Mediobanca e Intesa San Paolo acordaron renovar el pacto de accionistas por un periodo adicional de 3 años, hasta abril del 2013, extendiéndose los acuerdos anteriores. Como consecuencia de la escisión de Sintonía por su propia solicitud, Telco pasó a controlar el 22,45% de las acciones ordinarias de Telecom Italia, lo que otorga a Telefónica (a través del 46,2% de las acciones de la misma) una participación indirecta del 10,4% del capital ordinario de Telecom Italia.

En el marco de la alianza industrial con Telecom Italia se continuaron intensificando las relaciones con el objetivo de obtener los 1.300 millones de euros de sinergias comunicadas con anterioridad. A finales del 2009, se habían capturado ya sinergias por valor de 620 millones de euros. Las áreas de Compras, Tecnología e IT, así como los acuerdos mayoristas entre ambas compañías en Alemania, representan el 90% del citado volumen de sinergias.

Es importante recordar una vez más que por motivos de regulación toda actividad conjunta excluye específicamente las operaciones que el Grupo realiza en los países de Brasil y Argentina.

China Unicom

Participación del 8,37%

Telefónica cuenta con una presencia permanente en China desde 2005, año en el que Telefónica suscribió con el operador fijo China Netcom Corp. una alianza estratégica y adquirió una participación del 5% de su capital.



Chang Xianbing, Presidente de China Unicom
y Cesar Alierta, Presidente Telefónica

A través de sus alianzas, la Compañía llega a 650 millones de clientes

En mayo de 2008, el Gobierno chino anunció su intención de acometer una amplia reestructuración del sector de telecomunicaciones. Como resultado de dicha reestructuración, China Netcom Corp. se fusionó en octubre de 2008 con la operadora móvil China Unicom, dando lugar al cuarto grupo mundial por número de clientes. En dicha fecha, César Alierta, presidente de Telefónica, fue elegido miembro del Consejo de Administración de China Unicom.

En enero de 2009, durante la visita de Estado del Premier chino, Wen Jiabao, a España y en presencia del mismo y del Presidente del Gobierno de España, los presidentes de Telefónica, César Alierta, y de China Unicom, Chang Xiaobing firmaron un primer Acuerdo Marco de Cooperación.

Fruto de la estrecha relación existente entre ambas empresas, el 6 de septiembre de 2009, Telefónica y China Unicom anunciaron la firma de una amplia Alianza Estratégica y un Acuerdo de Intercambio Accionarial por valor de 1.000 millones de dólares americanos.

Esta alianza de Telefónica tuvo un gran eco en la prensa y los medios de comunicación internacionales ya que era la primera vez que una compañía de telecomunicaciones china toma una participación de una empresa del extranjero.

Poco después de la firma de esta alianza, China Unicom anunció, el 25 de septiembre de 2009, el acuerdo alcanzado con el operador SKT para la adquisición y posterior amortización de las acciones del operador coreano en el capital de China Unicom. Al mismo tiempo concluía la alianza estratégica que mantenía con él.

Como resultado de ambas operaciones, Telefónica incrementó su participación en China Unicom hasta el 8,37% de su capital, consolidando su posición de mayor accionista extranjero, mientras que China Unicom sitúa su participación en Telefónica en cerca del 0,9%.

Adicionalmente a estos movimientos corporativos, ambas empresas vienen desarrollando la Alianza Estratégica suscrita contando con importantes avances en las áreas de tecnología, compras conjuntas, provisión conjunta de servicios a multinacionales, *roaming*, y formación conjunta para directivos de ambas empresas, entre otras.

Socio privilegiado en el nuevo ecosistema digital

La escala y posición de Telefónica en la cadena de valor del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) la sitúan como un aliado perfecto en el entorno digital. Para aprovechar al máximo las oportunidades derivadas de esta situación, en 2009 la Compañía potenció su colaboración con terceros en numerosos ámbitos: innovación, donde afianzó el concepto "Open Telefónica" para innovar en colaboración con empresas, desarrolladores, clientes, empleados...; comercialización; redes; procesos... Los acuerdos se dieron con empresas del sector y con socios de otros sectores.

Por un lado, el pasado año, la Compañía siguió apostando por las alianzas con otras firmas en Internet (*Internet players*), contenidos, dispositivos y externalización. Entre los acuerdos más recientes, cabe citar, por ejemplo, los alcanzados con Microsoft, HP, Nokia, Dell, LG y Yahoo!

Para Telefónica, la colaboración con otras operadoras fue también crucial. En este sentido, cabe destacar el acuerdo con Vodafone para compartir activos de redes móviles en varios de los países de Europa, y la alianza suscrita en 2010 con las principales operadoras para crear la plataforma WAC (Wholesale Applications Community), que permitirá a los desarrolladores crear sus aplicaciones para ofrecerlas a una gran base de clientes, formada por más de 3.000 millones de personas.

Por otro lado, Telefónica es considerado un socio privilegiado en el nuevo ecosistema digital para generar potentes alianzas intersectoriales para avanzar en temas clave como la educación, la sanidad, las finanzas, el cambio climático, etc.

Alianzas intersectoriales



Una ejecución sobresaliente en sostenibilidad

Telefónica logró 86 puntos en el DJSI (+28p.p. sobre la media del sector Telco)

Liderando la sostenibilidad

En 2009 Telefónica ha sido reconocida como la compañía líder del sector de telecomunicaciones mundial según el Dow Jones Sustainability Index (DJSI). En su revisión anual, la agencia de *rating* que evalúa la gestión de la sostenibilidad de las empresas, Sustainable Asset Management (SAM) teniendo en cuenta los aspectos económicos, medioambientales y sociales, ha valorado al Grupo con una puntuación de 86 lo que supone 28 puntos porcentuales más que la media del sector.

Para el DJSI, la Sostenibilidad Corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social"

Entre los aspectos clave de este liderazgo, Telefónica ha sido reconocida como la empresa con mejores prácticas en gestión de riesgos; la extensión de la Responsabilidad Social Corporativa a los proveedores; reducción de la brecha digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones en las sociedades en las que opera el Grupo; gestión de marca; principios de actuación y anticorrupción y acción social.

Dow Jones Sustainability Index Líderes Mundiales por Sector

DJSI World, GLOBAL SUPERSECTOR LEADERS (2009/2010)

Name	Supersector
Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Automobiles & Parts
Australia & New Zealand Banking Group Ltd	Banks
Xstrata PLC	Basic Resources
DSM NV	Chemicals
Panasonic Electric Works Co Ltd	Construction & Materials
Itausa-Investimentos Itau	Financial Services
Unilever	Food & Beverage
Roche Holding AG	Health Care
TNT N.V.	Industrial Goods & Services
Swiss Re	Insurance
Pearson PLC	Media
Total SA	Oil & Gas
adidas AG	Personal & Household Goods
GPT Group	Real Estate
Kingfisher Plc	Retail
Nokia Corp.	Technology
Telefónica, S.A.	Telecommunications
Sodexo	Travel & Leisure
Cia Energética Minas Gerais (CEMIG)	Utilities

Fuente: http://www.sustainability-indexes.com/07_html/indexes/djsiworld_supersectorleaders_09.html

Dimensión económica

En la dimensión económica, Telefónica ha recibido una valoración de 31 puntos porcentuales más que la media del sector. La mejora ha llevado al Grupo a convertirse en la mejor empresa del sector de telecomunicaciones en esta dimensión, que contempla aspectos relativos a la gestión de relación con el cliente; privacidad; gestión de riesgos; gobierno corporativo; principios de actuación y anticorrupción y gestión de marca.

Como aspecto relevante, Telefónica es clasificada como mejor práctica en 3 de las categorías anteriormente señaladas: Gestión de Riesgos, Gestión de Marca y Gestión de los Principios de Actuación y Anticorrupción. La implantación en todos los países del Grupo Telefónica de un modelo único de gestión de riesgos así como la inclusión en éste de aspectos relacionados con la sostenibilidad, el desarrollo de una estrategia única de marca comercial, así como los esfuerzos de Telefónica para garantizar la integridad a través de normativas internas y la formación a los empleados en los Principios de Actuación han sido aspectos clave en esta dimensión.

Dimensión medioambiental

En la dimensión de medio ambiente, la valoración ha sido de 19 puntos por encima de la media. Esta dimensión contempla aspectos de política ambiental, ecoeficiencia, información ambiental y cambio climático.

El avance de Telefónica se ha producido sobre todo gracias a su estrategia para luchar contra el cambio climático, invirtiendo la tendencia negativa del 2008, con una mejora de 34 puntos porcentuales. La Oficina de Cambio Climático está permitiendo a Telefónica implementar un modelo de gestión global muy efectivo orientado a la eficiencia energética, a la reducción de los consumos energéticos, y por tanto de las emisiones de CO₂. Esta Oficina cuenta con cinco ejes de actuación liderados por el máximo responsable de cada línea: Operaciones, Proveedores, Empleados, Clientes y Sociedad.

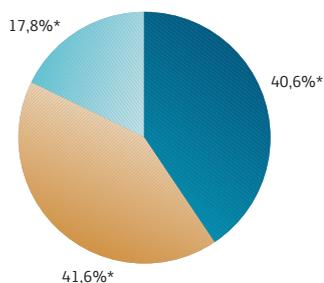
Telefónica, líder del sector de las telecomunicaciones en el índice DJSI 2009

Dimensión social

En la dimensión social, Telefónica se ha situado a un solo punto porcentual de la mejor práctica del sector. El desempeño en materia de desarrollo del capital humano; retención del talento; inclusión digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones; acción social; información social; compromiso con los grupos de interés y responsabilidad en la cadena de suministro son las categorías analizadas en esta dimensión

Como aspecto relevante, la Compañía es clasificada como mejor práctica en 4 de las 9 categorías anteriormente señaladas: responsabilidad en la cadena de suministro; inclusión digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones y acción social.

Aspectos y pesos valorados por DJSI en sector telecomunicaciones



■ Aspectos sociales

- Prácticas laborales (5,2%)
- Desarrollo de capital humano (5,6%)
- Atracción y retención talento (5,6%)
- Proveedores (4,6%)
- Diálogo con grupos interés (4,6%)
- Filantropía (3,0%)
- Reporte social (3,0%)
- Inclusión digital (4,6%)
- Impacto de servicios de telecomunicaciones (4,6%)

■ Aspectos ambientales

- Política ambiental (4,6%)
- Eco-eficiencia (5,7%)
- Reporte ambiental (3,0%)
- Estrategia de impacto climático (4,6%)

■ Aspectos económicos

- Gobierno Corporativo (5,6%)
- Gestión de riesgos y crisis (6,0%)
- Códigos de conducta (6,0%)
- Relaciones con los clientes (10,3%)
- Gestión de marca (8,0%)
- Política de privacidad (5,7%)

* Peso de la dimensión en el total del índice.

Algunas palancas de gestión en sostenibilidad

Dimensión económica:

La Oficina de Principios de Actuación

Para gestionar el apartado "Códigos de Conducta" de DJSI, Telefónica cuenta con la Oficina de Principios de Actuación, que depende de la Comisión de RRHH y Responsabilidad Corporativa (único caso en el IBEX-35). Dentro de sus funciones están asegurar la existencia de procesos adecuados para su implantación, atender las consultas y denuncias de los distintos colectivos, identificar y evaluar los riesgos asociados al incumplimiento, y promover la elaboración de políticas y normativas. Las principales áreas de atención resultantes, considerando los entornos corporativos, regional y local, son: integridad, cadena de suministro, privacidad, protección de datos, contenido para adultos, publicidad responsable, seguridad y salud, diversidad, emisiones radioeléctricas, derechos humanos, gestión ambiental y reporte corporativo.

Dimensión medioambiental:

La Oficina de Cambio Climático

Para gestionar los apartados "Eficiencia energética" y "Estrategia de cambio climático", Telefónica tiene una Oficina de Cambio Climático, impulsada por la Dirección de Transformación y la Secretaría Técnica de la Presidencia, es la responsable de asegurar la reducción del consumo energético de la Compañía, de potenciar el desarrollo de servicios más eficientes para los clientes y de impulsar al sector como motor de la eficiencia energética.

Como acciones destacadas en 2009 resultantes de la gestión de esta oficina cabe destacar, entre otras, la implementación del manual de buenas prácticas de eficiencia energética; la incorporación de criterios de eficiencia energética en el modelo Total Cost of Ownership (TCO) de compras corporativas; el acuerdo de sostenibilidad y eficiencia energética con Nokia; la inclusión de principios de eficiencia energética en ofertas comerciales para pymes y grandes cuentas en España; la campaña global de comunicación a empleados "Efecto Eco" sobre energía y movilidad sostenible; la participación en la divulgación del estudio "Smart 2020" en España y Latinoamérica, y la participación y liderazgo en grupos de trabajo externos sectoriales de cambio climático.

Dimensión social:

Telefónica Accesible

Telefónica Accesible es un proyecto integral para las personas con discapacidad. Tiene por objeto hacer de Telefónica un grupo plenamente accesible en todos sus procesos y contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad.

Telefónica ha desarrollado con la colaboración de la Confederación Nacional de Sordos (CNSE), una plataforma que permite garantizar la comunicación entre personas con discapacidad auditiva y oyentes en ambientes de servicios públicos y privados, tales como: urgencias, servicios sanitarios, educativos, información administrativa.

"Homenaje a la Comunicación"

Obra de Ramón Carrera



Esta escultura, obra del escultor vasco Pepín Karrera, es una visión personal del autor sobre la Compañía.

Con ella, Telefónica quiere, por una parte, representar su programa de transformación para 2012 (programa bravo!) y, por otra, visibilizar un reconocimiento a aquellos profesionales que contribuyan con ideas transformadoras en los próximos 3 años. El objetivo de Telefónica es entregar hasta 1.500 estatuillas de esta escultura a sus profesionales más innovadores. 1.500 estatuillas... 1.500 premios bravo!

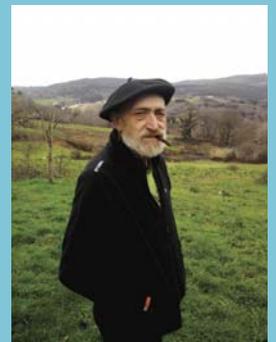


La escultura "Homenaje a la Comunicación" vista por su autor.

"No hay teléfono sin sonido y el sonido se representa así: ☎ y no hay sonido sin voz ☞ boca ☞ o altavoz ☞ y se puede escribir: ☎ teléfono.

Para dar con el sentido completo basta con ir girando la escultura y relacionar lo que se ve con lo que a uno le puede recordar ☞ esto es una ce o una boca? O la luna... en escultura no hay contrarios sino complementarios, tal como ocurre lo simboliza. ☞ OSO = todo llamado yinyan en chino y OSO en euskera".

*Pepín Karrera
Goiuri 26-1-10*





03

Programa bravo!

El proyecto de transformación
de Telefónica para 2012

03

Programa bravo!

bravo! marca el rumbo del proceso de transformación de Telefónica, recuperando la senda del crecimiento

Un entorno nuevo

Telefónica se mueve en un entorno de crecimiento. Los nuevos hábitos de los consumidores impulsan un mayor uso de las comunicaciones: se estima que el tráfico global de datos se multiplicará por cuatro entre 2008 y 2012. Se prevé un cambio de paradigma: del Internet de las *personas*, al Internet de las *cosas*, con un componente de movilidad cada vez más importante.

Son varios los factores que están detrás de este crecimiento: los nuevos hábitos de los consumidores, el uso de las redes sociales o la creciente importancia de las compras online.

Por otra parte, las comunicaciones permiten incrementar la productividad y la competitividad de negocios y empresas y están convirtiéndose en un pilar esencial para los Gobiernos en la promoción de un nuevo modelo económico.

Un tercer factor importante es la aparición constante de nuevos dispositivos y con mayores capacidades y prestaciones, que estimulan el desarrollo del mercado.

En este contexto, el gran desafío del sector es la monetización de este crecimiento de tráfico, manteniendo unos niveles de rentabilidad e inversión en redes de nueva generación que permitan asegurar nuestra evolución como industria.

Una transformación necesaria

En este nuevo entorno descrito, la naturaleza de los ingresos cambiará notablemente y resulta necesaria una transformación para liderar el mercado y convertirse en la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital. Esta transformación girará alrededor de 4 pilares: clientes, oferta, plataformas y cultura.

Los **clientes** van a orientar el modelo comercial y la oferta de la Compañía que buscará el establecer vínculos emocionales con ellos.

Para reforzar la **oferta** ofrecerá planes innovadores basados en la calidad del servicio.

Acelerando su proceso de transformación la Compañía logrará, mediante sus **plataformas**, ser más eficiente en sus procesos y actividades.

La **cultura** de gestión sostenible, es vista por la Compañía como una oportunidad para diferenciarse y aumentar su valor a largo plazo. La Compañía hará hincapié en su desarrollo sostenible, basado en las personas, la marca y la reputación en las sociedades donde está presente.

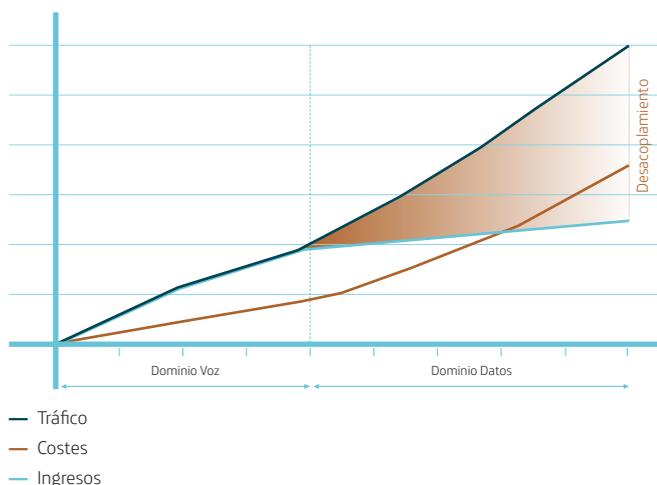
Una estrategia como respuesta: bravo!

Telefónica tiene un objetivo para el 2012: evolucionar para convertirse en la mejor compañía de comunicaciones del mundo digital. El Programa de Transformación bravo! marca el rumbo de cómo conseguirlo.

La evolución de los mercados requiere una respuesta que la Compañía puede afrontar por su madurez y con la ventaja de ser líder en el sector.

El programa bravo! se articula en cuatro pilares que marcan el camino para conseguir ser la mejor compañía global del mundo digital. Cada uno de ellos se acompaña de un lema y una ambición para 2012.

- **Cliente:** con el objetivo de desarrollar relaciones emocionales positivas.





- **Oferta:** convertimos en un proveedor de servicios, más allá de la conectividad y ayudados por la construcción del vínculo emocional con los clientes. Objetivo: Cumplir con los compromisos con inversores de crecimiento de ingresos.
- **Plataformas:** evolucionando hacia un modelo operativo transformador, que sea competitivo y eficiente, que aproveche la escala y las sinergias con el objetivo de alcanzar los compromisos con inversores de mejora de ratios de eficiencia.
- **Cultura:** que se refiere a la sostenibilidad para todos los grupos de interés. El objetivo es convertirse en los primeros en Experiencia del Empleado.

El Programa bravo! permitirá a la Compañía mantener una senda de crecimiento y liderar el mercado, reflejando la diversidad de Telefónica y su unión en una cultura común.

Los cuatro pilares de bravo!



Cliente

El objetivo es la construcción de vínculos emocionales y la evolución hacia una Compañía más centrada en el cliente. Para ello es imprescindible conocer de manera integrada y segmentada al cliente. Poner el foco en aquello que más valora, resolver sus necesidades en el primer contacto y hacerlo de la forma más sencilla.

Nuestro objetivo es obtener un liderazgo sustancial en Satisfacción de Clientes (ISC) en cada mercado que nos permita desarrollar relaciones emocionales positivas con nuestros clientes y reforzar la lealtad.



Oferta

Debido a la evolución del sector y a los nuevos hábitos, el principal reto en el campo de la oferta es la monetización del crecimiento de tráfico de los nuevos servicios. Para ello Telefónica ha lanzado 3 iniciativas:

1. **Crecimiento y defensa del negocio tradicional.** Se incrementará el valor de la línea fija mediante empaquetamientos de línea fija y móvil y la aceleración en la adopción de la banda ancha en los segmentos medios y bajos.

2. **Liderazgo en Banda Ancha (BA).** Explotando su potencial. En BA fija liderar el mercado con una oferta segmentada con foco en la experiencia de cliente. En BA móvil capturar el crecimiento potenciando el valor de nuestra oferta y fomentando los nuevos dispositivos.
3. **Desarrollo de aplicaciones y nuevos negocios.** El objetivo es ser un proveedor de servicios más allá de la conectividad: hogar digital, TV mejorada, soluciones TIC, nuevos negocios y aplicaciones online fijas y móviles.



Plataformas

Para conseguir mayores niveles de eficiencia resulta fundamental desarrollar un modelo operativo orientado a la transformación. Telefónica lo concreta en las siguientes 3 iniciativas:

1. Continuar avanzando **hacia una compañía online** fortaleciendo la transformación de procesos y la migración online.
2. Contar con unos **sistemas de información habilitadores** de la transformación. Garantizar que los sistemas se convierten en habilitadores del negocio sin comprometer la eficiencia en TI.
3. Contar con la **mejor red**, mediante una estrategia multiacceso que permita alcanzar una combinación óptima de accesos fijos y móviles con el foco en una experiencia de cliente excelente.



Cultura

Para impulsar la transformación es fundamental crear un nexo de unión entre todos los empleados, manteniendo una cultura única y común. En el caso de Telefónica se basa en:

1. **Un equipo comprometido.** Crear una nueva cultura centrada en el cliente y con foco global, desarrollando un equipo motivado, comprometido y de alto rendimiento.
2. Una **marca emocional e integradora.** Se diferenciará progresivamente la marca institucional (Telefónica) sobre las marcas comerciales (MoviStar y O2).
3. Un **compromiso con la Sociedad.** La Compañía quiere ser percibida como el "socio estratégico" más confiable a largo plazo para todas las entidades y comunidades de relevancia.

04

Resultados

1	Principales Aspectos Destacados	50
2	Tamaño de Mercado	53
3	Resultados Consolidados	55
4	Datos Financieros	59
5	Resultados por unidades de negocio: Telefónica España	66
6	Resultados por unidades de negocio: Telefónica Latinoamérica	74
7	Resultados por unidades de negocio: Telefónica Europa	96
8	Resultados por unidades de negocio: Otras Sociedades	106

Principales Aspectos Destacados

- El Grupo Telefónica ha obtenido unos sólidos resultados en 2009, cumpliendo por séptimo año consecutivo todos los objetivos financieros anunciados para el ejercicio, a pesar del complejo entorno económico y operativo, poniendo en valor la alta diversificación de sus operaciones.
 - De acuerdo con los criterios aplicados para la fijación de los objetivos financieros de 2009¹:
 - Los ingresos crecen un 0,3%, en línea con la previsión de crecimiento positivo;
 - El OIBDA se incrementa un 1,1%, en el rango anunciado del 1%-3%;
 - La inversión (CapEx) se sitúa en 7.459 millones de euros, frente a un objetivo que la situaba por debajo de 7.500 millones de euros;
 - El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) se incrementa un 8,4% interanual, en línea con el rango anunciado del 8%-11%.
- La estrategia de la Compañía ha permitido reforzar las bases del crecimiento futuro y mantener una notable eficiencia operativa, como se refleja en el margen OIBDA y en la elevada generación de caja. Así, se observa una aceleración desde ingresos a flujo de caja operativo en los crecimientos orgánicos² interanuales:
 - Los accesos totales aumentan un 5,1%³, alcanzando cerca de 265 millones, con un fuerte incremento en telefonía móvil³ (+7,4%), banda ancha fija (+8,2%) y TV de pago (+9,8%). Cabe destacar el importante crecimiento de los accesos de banda ancha móvil, que superan los 15 millones a cierre de 2009 (frente a 9 millones de accesos en 2008).
 - En el cuarto trimestre repunta fuertemente la actividad comercial en todas las áreas de operaciones, destacando la ganancia neta^{3,4} en telefonía móvil que supera los 6,8 millones de clientes (alrededor de 15,0 millones en el conjunto de 2009).
 - Los ingresos alcanzan 56.731 millones de euros (+0,2% en términos orgánicos²) y el OIBDA aumenta un 0,9% interanual en términos orgánicos² hasta 22.603 millones de euros.
 - El margen OIBDA se sitúa en el 39,8%, mejorando 0,3 p.p. interanualmente en términos orgánicos².
 - El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) se sitúa en 15.346 millones de euros, mostrando un crecimiento interanual orgánico² del 8,0%, apoyado en la mejora interanual de 1,4 p.p. del ratio de eficiencia⁵, hasta alcanzar el 74,1%.

Nota 1: **Cifras base guidance 2009:** Las cifras base de 2008 excluyen el impacto derivado de las ventas de activos (143 millones de euros de plusvalía derivada de la venta de Sogecable y 174 millones de euros de aplicación de provisiones dotadas en T. Europa para hacer frente a los posibles compromisos derivados de la enajenación en el pasado de participaciones accionariales, una vez que dichos riesgos se han disipado o no materializado) e incluye 9 meses de consolidación de Telemig. Las cifras base para el guidance 2009 asumen tipos de cambio constantes de 2008 (promedio de 2008) y excluyen el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela. A efectos del cálculo del guidance, el OIBDA excluye plusvalías y minusvalías derivadas de la venta de compañías y saneamientos. El CapEx del Grupo Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de Telefonica España e inversiones en espectro.

Nota 2: **Crecimientos orgánicos:** Asumiendo tipos de cambio constantes, excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela, e incluyendo la consolidación de Telemig en enero-marzo 2008. En OIBDA y OI se excluyen los impactos derivados de las plusvalías obtenidas por la venta de Airwave y Sogecable, registrados en 2008, así como el impacto de la plusvalía derivada de la venta de Medi Telecom en el cuarto trimestre de 2009.

Nota 3: **Criterio crecimiento accesos:** Excluyendo los clientes de Medi Telecom en 2008 y 2009, tras su venta en el cuarto trimestre de 2009.

Nota 4: **Criterio cálculo ganancia neta:** A efectos comparativos, las ganancias netas excluyen las desconexiones de clientes inactivos, realizadas en diciembre de 2008 y en diciembre de 2009.

Nota 5: **Definición Ratio de eficiencia:** (Gastos por operaciones + CapEx – Trabajos realizados para el Inmovilizado) / Importe neto de la cifra de negocios, correspondientes a los últimos doce meses. La cifra de CapEx excluye adquisición de espectro y el Programa de Eficiencia Inmobiliaria de T. España.

- En un entorno económico difícil, **Telefónica España** consolida su liderazgo competitivo, sienta las bases de recuperación del crecimiento futuro y mantiene una alta generación de caja:
 - Destaca la desaceleración en el ritmo de descenso anual de los ingresos por segundo trimestre consecutivo, tanto en el negocio fijo como en el móvil. Así, en el cuarto trimestre esta tendencia mejora 2,1 p.p. respecto al trimestre anterior en términos comparables⁶.
 - La Compañía se mantiene como una referencia por eficiencia en el sector, con un margen OIBDA del 48,0% en 2009 en términos comparables⁶.
- **Telefónica Latinoamérica** presenta una sólida evolución operativa y financiera en una región con un significativo potencial de crecimiento:
 - En 2009 el número de accesos gestionados en la región aumenta un 6,5% hasta casi 169 millones, destacando el notable repunte de la actividad comercial en el cuarto trimestre, en el que por primera vez en el año se registra un crecimiento interanual en la ganancia neta.
 - Destaca la aceleración en los crecimientos orgánicos⁷ anuales desde ingresos (+5,3%) a flujo de caja operativo (+29,8%), siendo México el principal contribuidor al incremento del flujo de caja operativo en 2009.
- Los resultados de **Telefónica Europa** en 2009 muestran una mayor diversificación de su negocio y un continuo avance en la consecución de eficiencias:
 - En sus principales mercados, Telefónica Europa refuerza su posicionamiento competitivo, con un crecimiento de los ingresos superior al del mercado.
 - Los ingresos, excluyendo el impacto del recorte de las tarifas de interconexión y de tipo de cambio, muestran en el cuarto trimestre una mejora secuencial en su crecimiento, impulsados por el aumento de los accesos móviles (+6,9% interanual), mientras que el flujo de caja operativo presenta un importante crecimiento orgánico⁸ interanual del 21,7%.
- El beneficio neto alcanza 7.776 millones de euros en 2009 y el beneficio básico por acción se sitúa en 1,71 euros, con crecimientos interanuales del 2,4% y del 4,5%, respectivamente.
- El ratio de deuda financiera neta más compromisos sobre OIBDA se sitúa en 2,1 veces en 2009, mostrando la solidez financiera de la Compañía.
- La Compañía anuncia sus perspectivas de crecimiento para el ejercicio 2010, que reflejan una estrategia enfocada en capturar el crecimiento en sus mercados, manteniendo asimismo una alta generación de caja. Telefónica prevé⁹:
 - Un crecimiento interanual de los ingresos consolidados en el rango de +1%/+4%;
 - Un incremento interanual del OIBDA consolidado en el rango de +1%/+3%;
 - Una inversión (CapEx) de 7.450/7.650 millones de euros.
- **Bases 2009⁹ para Objetivos Financieros:**
 - Ingresos consolidados: 56.407 millones de euros.
 - OIBDA consolidado: 22.344 millones de euros.
 - CapEx consolidado: 7.262 millones de euros.
- Adicionalmente, la Compañía mantiene su objetivo de alcanzar un Beneficio Neto por Acción (BPA)¹⁰ de 2,10 euros por acción en el ejercicio 2010 y reitera sus objetivos de crecimiento a medio plazo.
- Telefónica confirma sus objetivos de dividendos hasta 2012 (1,15 euros/acción en 2009, 1,40 euros/acción en 2010 y un mínimo de 1,75 euros/acción¹¹ en 2012).

Nota 6: **Crecimientos comparables en T. España:** Excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009, venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

Nota 7: **Crecimientos orgánicos en T. Latinoamérica:** Asumiendo tipos de cambio constantes, incluyendo Telemig en enero-marzo 2008 y excluyendo los impactos derivados del ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Nota 8: **Crecimientos orgánicos en T. Europa:** Asumiendo tipos de cambio constantes y excluyendo los impactos derivados de las plusvalías obtenidas por la venta de Airwave.

Nota 9: **Cifras base guidance 2010:** Las cifras base de 2009 excluyen los resultados de Telyco Marruecos en T. España, las plusvalías derivadas de la venta de Medi Telecom y saneamientos. El guidance de 2010 asume tipos de cambio constantes de 2009 (promedio de 2009) y excluye el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios. El guidance de 2010 incluye 10 meses de consolidación de Hansenet y Jajah en T. Europa. A efectos de cálculo del guidance, el OIBDA excluye plusvalías y minusvalías derivadas de la venta de compañías y saneamientos. El CapEx del Grupo Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de Telefónica España e inversiones en espectro.

Nota 10: **Criterio Beneficio por Acción:** Beneficio por Acción Publicado.

Nota 11: **Consideraciones dividendos:** Objetivo bajo las actuales hipótesis de guidance.

Grupo Telefónica Datos Financieros Seleccionados

	enero - diciembre		% Var		criterio guidance
	2009	2008	reportado	orgánico	
Datos no auditados (Millones de euros)					
Importe neto de la cifra de negocios	56.731	57.946	(2,1)	0,2	0,3
Telefónica España ¹	19.703	20.838	(5,4)	(5,4)	
Telefónica Latinoamérica	22.983	22.174	3,7	5,3	
Telefónica Europa	13.533	14.308	(5,4)	1,1	
OIBDA ^{2,3,4}	22.603	22.919	(1,4)	0,9	1,1
Telefónica España ^{1,4}	9.757	10.285	(5,1)	(7,3)	
Telefónica Latinoamérica	9.143	8.445	8,3	10,1	
Telefónica Europa ²	3.910	4.180	(6,4)	4,1	
Margen OIBDA ^{2,3,4}	39,8%	39,6%	0,3 p.p.	0,3 p.p.	
Telefónica España ⁴	49,5%	49,4%	0,2 p.p.	(1,0 p.p.)	
Telefónica Latinoamérica	39,8%	38,1%	1,7 p.p.	1,7 p.p.	
Telefónica Europa ²	28,9%	29,2%	(0,3 p.p.)	0,8 p.p.	
Resultado operativo (OI) ^{2,3,4}	13.647	13.873	(1,6)	0,7	
Telefónica España (4)	7.617	8.046	(5,3)	(8,1)	
Telefónica Latinoamérica	5.350	4.800	11,5	13,9	
Telefónica Europa ²	1.015	1.144	(11,3)	14,3	
Resultado neto ^{2,3,4}	7.776	7.592	2,4		
Resultado neto básico por acción (euros) ^{2,3,4}	1,71	1,63	4,5		
Flujo de caja libre por acción (euros)	2,00	1,97	1,5		
OpCF (OIBDA-CapEx) ^{2,3,4}	15.346	14.519	5,7	8,0	8,4
Telefónica España ^{1,4}	7.893	8.077	(2,3)	(5,0)	
Telefónica Latinoamérica	5.693	4.410	29,1	29,8	
Telefónica Europa ²	2.183	2.108	3,5	21,7	

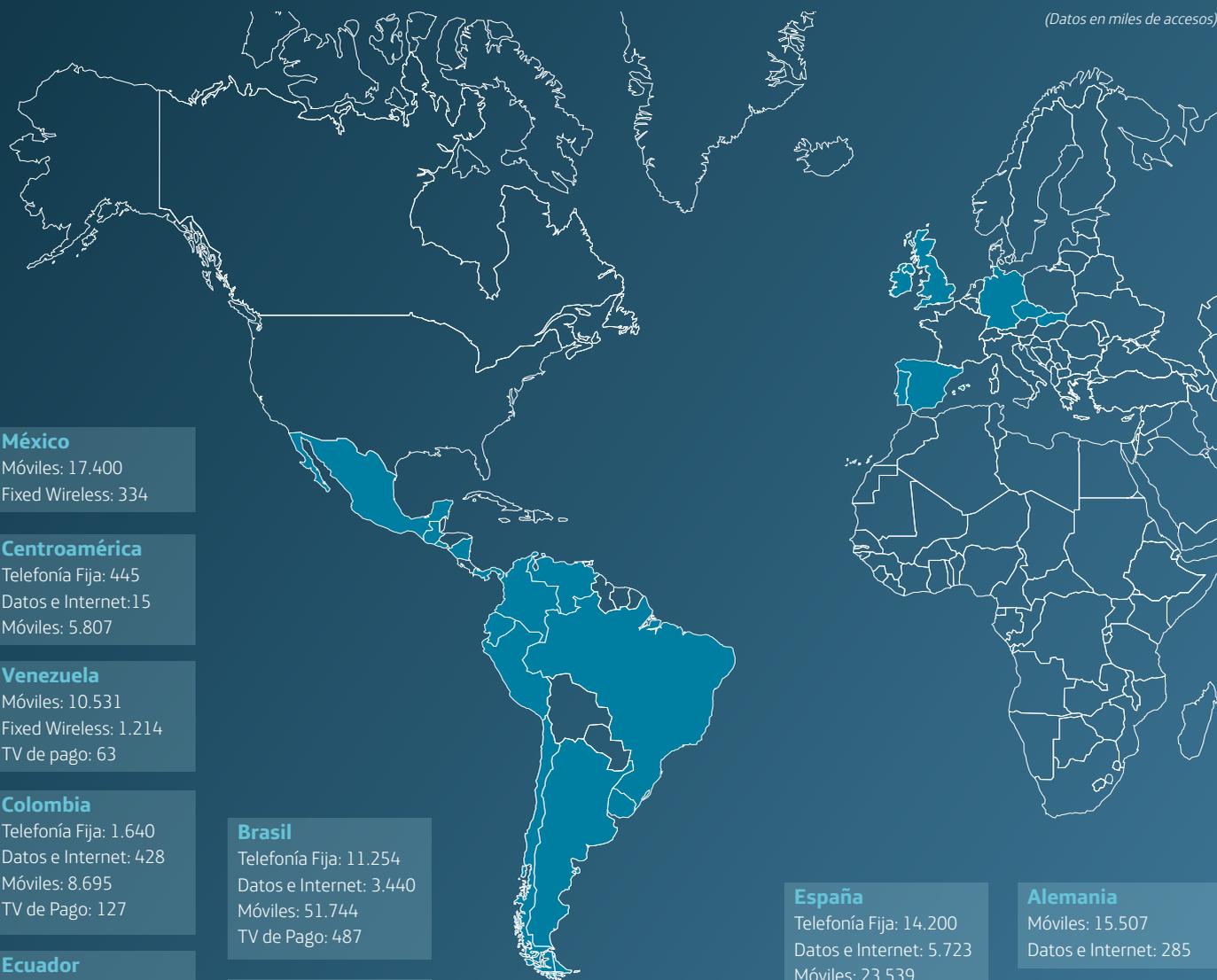
- Detalle de conciliación incluido en soporte excel publicado.

- En términos comparables, los ingresos de Telefónica España caerían un 5,9%, el OIBDA descendería un 8,0% y el OpCF decrecería un 5,9%. Términos comparables excluye el impacto de Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009, y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA enero-diciembre 2009 y 74 millones de euros en el OIBDA del mismo periodo de 2008; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009, venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.
- 2008 recoge un impacto positivo de 174 millones euros derivado de la venta de Airwave. El OIBDA y el OI recogen unos gastos de reestructuración por importe de 44 millones de euros registrados en 2009.
- El segundo trimestre de 2008 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Sogecable (143 millones de euros).
- El cuarto trimestre de 2009 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Medi Telecom (220 millones de euros).

Notas:

- OIBDA y OI de los negocios se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- Margen OIBDA calculado como OIBDA sobre importe neto de la cifra de negocios.
- A partir de abril de 2008 el perímetro de consolidación de Vivo incluye Telemig.
- Criterio orgánico: Asumiendo tipos de cambio constantes y excluyendo impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela, e incluyendo la consolidación de Telemig en enero-marzo 2008. En OIBDA y OI se excluyen los impactos derivados de las plusvalías obtenidas por la venta de Airwave y Sogecable, registrados en el segundo trimestre de 2008 así como el impacto de la plusvalía derivada de la venta de Medi Telecom en el cuarto trimestre de 2009.
- Criterio guidance: Las cifras base del conjunto de 2008 excluyen el impacto derivado de las ventas de activos (143 millones de euros de plusvalía derivada de la venta de Sogecable y 174 millones de euros de aplicación de provisiones dotadas en T. Europa para hacer frente a los posibles compromisos derivados de la enajenación en el pasado de participaciones accionariales, una vez que dichos riesgos se han disipado o no materializado) e incluye 9 meses de consolidación de Telemig en T.Latinoamérica. Las cifras base para el guidance 2009 asumen tipos de cambio constantes de 2008 (promedio de 2008) y excluyen el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela. A efectos del cálculo del guidance, el OIBDA excluye plusvalías y minusvalías derivadas de la venta de compañías y saneamientos. El CapEx del Grupo Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de Telefonica España e inversiones en espectro.
- Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Tamaño de Mercado



México

Móviles: 17.400
Fixed Wireless: 334

Centroamérica

Telefonía Fija: 445
Datos e Internet: 15
Móviles: 5.807

Venezuela

Móviles: 10.531
Fixed Wireless: 1.214
TV de pago: 63

Colombia

Telefonía Fija: 1.640
Datos e Internet: 428
Móviles: 8.695
TV de Pago: 127

Ecuador

Móviles: 3.722
Fixed Wireless: 85

Perú

Telefonía Fija: 2.971
Datos e Internet: 801
Móviles: 11.458
TV de Pago: 686

Brasil

Telefonía Fija: 11.254
Datos e Internet: 3.440
Móviles: 51.744
TV de Pago: 487

Uruguay

Móviles: 1.615

Chile

Telefonía Fija: 2.028
Datos e Internet: 807
Móviles: 7.525
TV de Pago: 285

Argentina

Telefonía Fija: 4.608
Datos e Internet: 1.351
Móviles: 15.932

España

Telefonía Fija: 14.200
Datos e Internet: 5.723
Móviles: 23.539
TV de Pago: 703

Reino Unido

Móviles: 21.299
Datos e Internet: 592

Irlanda

Móviles: 1.714

Alemania

Móviles: 15.507
Datos e Internet: 285

Eslovaquia

Móviles: 553

República Checa

Telefonía Fija: 1.771
Datos e Internet: 849
Móviles: 4.945
TV de Pago: 138

Grupo Telefónica Accesos

	diciembre		
	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Miles)			
Accesos Clientes Finales	260,510.2	255,671.1	1.9
Accesos de telefonía fija ¹	40,606.0	42,930.8	(5.4)
Accesos de datos e internet	15,082.5	14,654.3	2.9
Banda estrecha	1,427.5	1,997.2	(28.5)
Banda ancha ²	13,492.6	12,472.1	8.2
Otros ³	162.4	185.0	(12.2)
Accesos móviles	202,332.5	195,818.6	3.3
TV de Pago	2,489.2	2,267.5	9.8
Accesos Mayoristas	4,095.3	3,433.0	19.3
Bucle Alquilado	2,206.0	1,748.1	26.2
Bucle Compartido	447.7	602.3	(25.7)
Bucle Desagregado	1,758.3	1,145.8	53.5
Mayorista ADSL ⁴	463.4	534.7	(13.3)
Otros ⁵	1,426.0	1,150.1	24.0
Total Accesos	264,605.5	259,104.1	2.1

Notas:

- Con efecto 31 de diciembre de 2007 y con el objetivo de homogeneizar los criterios de los indicadores operativos de las distintas operadoras móviles del Grupo, se ha revisado la serie de accesos móviles y, por tanto, totales del Grupo, incluyéndose los accesos máquina a máquina. Adicionalmente, a efectos de homogeneización de criterios, la contabilización del parque prepago de la República Checa y Eslovaquia se ha modificado, pasando de 13 meses (registrados) a tres meses (activos).
- Los accesos de diciembre 2008 y 2009 recogen la desconexión de clientes inactivos.

1 RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless". Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.

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

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

4 Incluye bucles alquilados por Telefónica O2 Alemania.

5 Circuitos cuyo cliente final son operadoras. Incluye Alquiler Mayorista de Línea Telefónica (AMLT).

Resultados Consolidados

Telefónica ha obtenido unos sólidos resultados en 2009, cumpliendo todos los objetivos financieros anunciados para el año, a pesar de las dificultades derivadas de un entorno económico adverso y de los importantes retos operativos que han surgido a lo largo del año.

Estos resultados ponen de manifiesto las fortalezas de la Compañía, en las que son clave la elevada diversificación de las operaciones - tanto por geografías como por negocios-, su liderazgo competitivo en los principales mercados, y una demostrada capacidad de ejecución. Todo ello en un marco de gran solidez financiera.

La flexibilidad de la Compañía para adaptarse a los cambios en el entorno de operaciones queda reflejada en la evolución de los resultados a lo largo del año, en el que se ha ido adaptando el enfoque comercial a la progresiva recuperación económica, observándose un fuerte incremento de la actividad comercial en todas las regiones de operaciones en el último semestre. Esta estrategia ha permitido reforzar las bases del crecimiento futuro, manteniendo al mismo tiempo una notable eficiencia operativa, como se refleja en el margen OIBDA de Telefónica y en su elevada generación de caja.

La intensa actividad comercial de la Compañía ha permitido incrementar el número de **accesos totales**¹ un 5,1% respecto a 2008, hasta situarse cerca de 265 millones. Este crecimiento viene apoyado fundamentalmente en la expansión de los accesos móviles¹ (+7,4%), banda ancha fija (+8,2%) y TV de pago (+9,8%). Por áreas geográficas, destacan los crecimientos reportados por Telefónica Europa (+6,9% interanual) y Telefónica Latinoamérica (+6,5% interanual).

Por tipo de acceso, los **accesos móviles** del Grupo Telefónica superan los 202 millones a cierre de 2009, con una ganancia neta en el ejercicio de alrededor de 15,0 millones de accesos en términos comparables^{1,2}. Cabe destacar que en el segundo semestre del año la ganancia neta triplica la obtenida en los primeros seis meses de 2009. Este favorable comportamiento viene explicado por la significativa mejora presentada por las tres regiones de operaciones, cuyas ganancias netas trimestrales han mostrado a lo largo del ejercicio una tendencia ascendente. Es destacable que en el se-

gundo semestre del año la ganancia neta obtenida en Latinoamérica² ha multiplicado por 3,3 veces la alcanzada en enero-junio 2009. Por su parte, las ganancias netas² de clientes móviles obtenidas por Telefónica España y Telefónica Europa en el segundo semestre del ejercicio multiplican por 4,9 veces y por 1,9 veces respectivamente las obtenidas en el periodo enero-junio 2009.

En el conjunto del ejercicio 2009, los principales impulsores de la ganancia neta móvil son Brasil (6,8 millones), México (2,1 millones), Alemania² (1,5 millones), Argentina (1,1 millones) y Reino Unido (1,0 millones). En el cuarto trimestre del ejercicio, los mayores contribuyentes a la ganancia neta son Brasil (2,9 millones), México (0,9 millones), Argentina (0,5 millones) y Alemania² (0,6 millones).

Por otra parte, cabe destacar el fuerte crecimiento de los accesos de banda ancha móvil que, a cierre de 2009 superan los 15 millones (frente a 9 millones de accesos registrados en 2008).

Los **accesos minoristas a Internet de banda ancha** se sitúan en 13,5 millones, con un crecimiento interanual del 8,2%, impulsado por la creciente adopción de las ofertas de servicios paquetizadas de voz, ADSL y TV de pago. En España casi el 88% de los accesos de banda ancha minorista forman parte de algún paquete de doble o triple oferta, mientras que en Latinoamérica casi el 56% de los accesos de banda ancha están empaquetados en ofertas de Dúos y Tríos. En el conjunto del año la ganancia neta supera 1,0 millón de accesos (0,3 millones en el cuarto trimestre), en su mayor parte procedentes de Argentina y Reino Unido.

Los **accesos de TV de pago** se aproximan a 2,5 millones a cierre de 2009, un 9,8% más que hace un año. Conviene recordar que la Compañía ofrece servicios de televisión de pago en España, República Checa, Perú, Chile, Colombia, Brasil, Venezuela y Argentina.

Respecto a los resultados económico-financieros, cabe mencionar que durante el ejercicio 2009 y primeros días de 2010 se han puesto de manifiesto diversos factores en la economía venezolana que han supuesto la necesidad de reconsiderar el tratamiento seguido hasta la fecha por el Grupo Telefónica en la conversión de los estados financieros de sus sociedades participadas en Venezuela, así como la recuperación de sus inversiones financieras en dicho

1 Excluyendo los clientes de Medi Telecom en 2008 y 2009, tras su venta en el cuarto trimestre de 2009.

2 A efectos comparativos, las ganancias netas excluyen las desconexiones de clientes inactivos, realizadas en diciembre de 2008 y en diciembre de 2009.

país. Entre estos factores, cabe destacar el índice de inflación alcanzado en 2009 y el acumulado en los tres últimos ejercicios, las restricciones al mercado oficial de conversión de divisas y, finalmente, la devaluación del bolívar, por decisión adoptada por el Gobierno de este país el pasado 8 de enero. En consecuencia, conforme a lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), ha de considerarse la economía venezolana como hiperinflacionaria en el ejercicio 2009. Así, los resultados económico-financieros de la Compañía y, por tanto, los de Telefónica Latinoamérica y los del Grupo Atento se encuentran afectados por los mencionados efectos.

De acuerdo con lo anterior, los principales impactos registrados en los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica correspondientes al ejercicio 2009 son los siguientes:

Millones de euros	
Ingresos	267
OIBDA	64
Resultado Neto	(548)
Diferencias de conversión	1.224
Efecto Patrimonial Neto	676

A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda constante de las partidas afectadas por el ajuste por hiperinflación se reportan excluyendo el impacto de dicho ajuste.

Así, a pesar del complejo entorno de operaciones observado en 2009, que se ha reflejado en una fuerte presión en los ingresos en algunos de nuestros mercados, la fuerte diversificación de las operaciones permite alcanzar un **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** de 56.731 millones de euros en 2009 (-2,1% en términos reportados), con un crecimiento del 0,2% respecto a 2008 en términos orgánicos³. Destaca la notable evolución de los ingresos de Telefónica Latinoamérica, que aportan 2,7 p.p. al crecimiento orgánico³ y, en menor medida, de Telefónica Europa, con una aportación de 0,2 p.p. en el periodo. Asimismo hay que señalar la mejor evolución de los ingresos de Telefónica España en el segundo semestre del año, observándose en el cuarto trimestre, y por segundo trimestre consecutivo, una desaceleración en el ritmo de descenso de los ingresos.

El impacto negativo de los tipos de cambio detrae 2,9 p.p. al crecimiento de los ingresos excluyendo el ajuste por hiperinflación, mientras que en sentido contrario, los cambios en el perímetro de consolidación tienen una aportación positiva de 0,1 p.p., también excluyendo el ajuste por hiperinflación.

Por servicios, los ingresos de conectividad de banda ancha, tanto fijos como móviles, así como los ingresos de aplicaciones y nuevos servicios, continúan incrementando su contribución a los ingresos totales del Grupo, aportando 2,5 p.p. al crecimiento orgánico³ de los ingresos en 2009, compensando la menor contribución de ingresos por servicios de accesos y voz y equipamientos, derivada de la optimización del consumo por parte de los clientes en el entorno actual.

En términos absolutos, los ingresos de Telefónica Latinoamérica representan el 40,5% de los ingresos totales del Grupo (+ 1,8 p.p. respecto a 2008 excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación), mientras que el peso de los ingresos procedentes de Telefónica España y de Telefónica Europa se sitúa en el 34,7% y en el 23,9%, respectivamente.

Por otra parte, los **gastos por operaciones** del Grupo Telefónica en 2009 alcanzan 35.489 millones de euros, con un descenso del 0,4% respecto a 2008 en términos orgánicos³ (-2,9% en términos reportados), explicado por los menores gastos de aprovisionamientos.

Los **aprovisionamientos** descienden en el ejercicio un 6,2% en términos reportados. Excluyendo el impacto de los tipos de cambio y el impacto del ajuste por hiperinflación, los aprovisionamientos se reducen un 3,1% internualmente. Esta reducción se explica fundamentalmente por los menores gastos de interconexión asociados al menor tráfico fijo-móvil y por la reducción de tarifas de terminación móvil.

Los **gastos de personal** se sitúan en 6.775 millones de euros en el conjunto del año, con un incremento interanual del 2,7% en euros constantes y excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación (+0,2% en términos reportados). La plantilla promedio de 2009 alcanza 255.151 empleados (+3.376 personas frente a promedio de 2008), fundamentalmente por la mayor plantilla del Grupo Atento. Sin considerar la plantilla del Grupo Atento, la plantilla promedio del Grupo Telefónica se mantiene prácticamente estable respecto a 2008, situándose en 125.266 empleados.

Los **gastos por servicios exteriores** (9.921 millones de euros) se incrementan interanualmente un 1,0% en 2009 excluyendo el impacto de los tipos de cambio y del ajuste por hiperinflación. Este incremento se explica fundamentalmente por los mayores gastos de gestión de clientes, red y sistemas en Telefónica Latinoamérica. En términos reportados, los servicios exteriores descienden un 1,6% respecto a 2008.

Por otra parte, el **resultado por enajenación de activos** en 2009 asciende a 248 millones de euros, procedentes fundamentalmente de la venta de Medi Telecom, que ha generado 220 millones de euros de plusvalías, registradas en el cuarto trimestre del ejercicio. Cabe recordar que el resultado por enajenación de activos de 2008

³ Asumiendo tipos de cambio constantes, excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela, e incluyendo la consolidación de Telemig en enero-marzo 2008. En OIBDA y OI se excluyen los impactos derivados de las plusvalías obtenidas por la venta de Airwave y Sogecable, registrados en 2008, así como el impacto de la plusvalía derivada de la venta de Medi Telecom en el cuarto trimestre de 2009.

(292 millones de euros) estuvo impactado fundamentalmente por la venta de Sogecable, así como por la venta de inmuebles en Telefónica España y Telefónica O2 República Checa.

El foco de la Compañía para mejorar la eficiencia y explotar las ventajas de la escala se reflejan en el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)**, que alcanza 22.603 millones de euros en 2009 (-1,4% en términos reportados). En términos orgánicos⁴, el OIBDA presenta un crecimiento del 0,9%, apoyado fundamentalmente en Telefónica Latinoamérica (+3,8 p.p. interanual) y en Telefónica Europa (+0,7 p.p. interanual), que compensan la menor aportación de Telefónica España (-3,3 p.p. interanual). En términos orgánicos⁴, el margen OIBDA del Grupo Telefónica mejora 0,3 p.p. hasta el 39,8%, impulsado por la expansión de márgenes de Telefónica Latinoamérica (+1,7 p.p. interanual) y Telefónica Europa (+0,8 p.p. interanual).

El OIBDA de Telefónica España representa un 43,2% del OIBDA del Grupo frente al 40,5% y al 17,3% de Telefónica Latinoamérica y de Telefónica Europa, respectivamente.

En 2009 la **amortización del inmovilizado** se sitúa en 8.956 millones de euros, presentando un incremento interanual del 1,2% en términos orgánicos⁴, fundamentalmente por las mayores amortizaciones en Telefónica Latinoamérica (2,0 p.p. de contribución al crecimiento) y en Telefónica Europa (0,7 p.p. de contribución al crecimiento). En términos reportados, la amortización del inmovilizado se reduce un 1,0% interanualmente.

Así, en 2009 el **resultado operativo (OI)** alcanza 13.647 millones de euros, con un crecimiento interanual en términos orgánicos⁴ del 0,7% (-1,6% en términos reportados).

El resultado de las **participaciones por puesta en equivalencia** se sitúa en 47 millones de euros en 2009 (-161 millones de euros en 2008), reflejando fundamentalmente los mayores resultados procedentes de la participación de la Compañía en Portugal Telecom y las menores pérdidas registradas por la participación en Telco, S.p.A. En 2008, el resultado de las participaciones por puesta en equivalencia se vio afectado por el saneamiento que la compañía Telco, S.p.A. realizó sobre su participación en Telecom Italia, registrándose en este epígrafe una pérdida por este concepto por importe de 209 millones de euros (146 millones de euros después del correspondiente efecto fiscal en Telefónica, S.A.).

El **resultado financiero** neto a diciembre 2009 alcanza en 3.307 millones de euros (+18,2% respecto a 2008), situándose el coste medio de la deuda del Grupo en el 7,3%. El impacto derivado de los recientes acontecimientos producidos en Venezuela supone 630 millones de euros; aislando este efecto, el coste medio se sitúa en el 5,92%, reduciéndose así los costes financieros un 4,3% con respecto al año anterior debido a:

- Un descenso de los gastos de 298 millones de euros, por la captura de la caída de tipos de interés en el año 2009, fundamentalmente en divisas europeas.
- Una reducción del 3,7% de la deuda media, que supone un ahorro de 104 millones de euros.
- Las variaciones del valor actual de los compromisos derivados de los EREs y de otras posiciones igualmente contabilizadas a valor de mercado han generado un menor ingreso de 85 millones de euros respecto a 2008.
- Las variaciones de las diferencias de cambio acumuladas a diciembre 2009 respecto al mismo periodo del año anterior suponen un mayor gasto de 197 millones de euros.

El **flujo de caja libre** generado por el Grupo Telefónica en 2009 asciende a 9.097 millones de euros, de los cuales 959 millones de euros han sido dedicados a compra de autocarartera, 4.557 millones de euros al reparto del dividendo de Telefónica S.A. y 793 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el Grupo, principalmente derivados de programas de reducción de plantilla. Adicionalmente, se ha registrado un pago de 1.178 millones de euros neto de las inversiones financieras y desinversiones realizadas en el periodo. Con todo ello, la deuda financiera neta se ha reducido en 1.610 millones de euros. Por otro lado, hay que añadir 2.429 millones de euros de aumento de la deuda financiera por variaciones del tipo de cambio y variaciones de perímetro y otros efectos sobre cuentas financieras. Esto arroja un aumento total de 818 millones de euros con respecto a la deuda financiera neta a finales del ejercicio 2008 (42.733 millones de euros), situándose a cierre de 2009 en 43.551 millones de euros.

El **ratio de endeudamiento**, deuda neta sobre OIBDA se sitúa en 1,9 veces a diciembre 2009 en línea con el ratio registrado a septiembre 2009.

Durante el ejercicio 2009, la **actividad de financiación** del Grupo Telefónica, sin tener en cuenta la actividad en los Programas de Papel Comercial de corto plazo, ha sido superior a 14.000 millones de euros y se ha centrado principalmente en refinanciar los vencimientos de deuda de 2009 y pre-financiar parte de los vencimientos de la deuda de 2010 a nivel de Telefónica, S.A. Cabe destacar la emisión de bonos en euros a 5 años por importe de 2.000 millones realizada en enero, la emisión a 7 años por importe de 1.000 millones realizada en marzo, una reapertura de este mismo bono realizada en junio por 500 millones adicionales, una colocación privada a 6 años por importe de 400 millones realizada también en ese mismo mes y una emisión en Estados Unidos de 2 tramos a 5,5 años y 10 años por un importe total de 2.250 millones dólares americanos en junio. En el último trimestre del año, se realizó una emisión en euros de 1.750 millones a 10 años en el mes de no-

⁴ Asumiendo tipos de cambio constantes, excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela, e incluyendo la consolidación de Telemig en enero-marzo 2008. En OIBDA y OI se excluyen los impactos derivados de las plusvalías obtenidas por la venta de Airwave y Sogecable, registrados en 2008, así como el impacto de la plusvalía derivada de la venta de Medi Telecom en el cuarto trimestre de 2009.

viembre y una colocación privada de 100 millones de euros a 5 años, además de una emisión en libras por un importe de 650 millones a un plazo de 13 años en diciembre. Con estas operaciones la posición de caja del Grupo se sitúa por encima de los vencimientos de deuda del año 2010.

Adicionalmente, en febrero se renegotió con éxito la extensión de 4.000 millones de euros del préstamo sindicado con vencimiento en 2011, reduciendo los vencimientos para ese año hasta niveles más ajustados a la generación de caja, trasladándose 2.000 millones de euros al 2012 y otros 2.000 millones de euros en 2013.

Telefónica S.A. y las sociedades instrumentales han continuado durante todo el ejercicio 2009 con su actividad de emisión bajo los distintos Programas de Papel Comercial (Doméstico y Europeo), con un importe vivo a diciembre de aproximadamente 800 millones de euros.

Por lo que respecta a Latinoamérica, las filiales de Telefónica han acudido a los mercados de financiación hasta diciembre de 2009 por un importe superior a 2.000 millones de euros equivalentes, principalmente para refinanciaciones anticipadas de vencimientos en 2009 y renovaciones de deuda existente.

A cierre de ejercicio, el peso de obligaciones y bonos dentro de la deuda financiera consolidada se sitúa en el 63%, frente al 37% que representa la deuda con instituciones financieras.

En 2009 el **gasto por impuestos** asciende a 2.450 millones de euros, lo que implica una tasa impositiva del 23,6%. Conviene recordar que al cierre del ejercicio 2009 se publicó el texto de la Decisión tomada por la Comisión Europea respecto al expediente abierto al Reino de España en relación a la amortización fiscal del fondo de comercio generado en determinadas inversiones extranjeras realizadas con posterioridad al 21 de diciembre 2007, decisión que no tiene impacto en el Grupo Telefónica.

En este sentido, una vez cerrado el citado expediente, la cuenta de resultados consolidada del Grupo Telefónica recoge, en el cierre del ejercicio 2009, un menor gasto por impuesto sobre beneficios por la amortización efectuada a efectos fiscales del fondo de comercio desde el momento de la adquisición de las participaciones por un importe de 591 millones de euros.

Por otra parte, el efecto recurrente en el resultado de los próximos ejercicios se estima en un menor gasto por impuesto sobre beneficios por un importe anual de, aproximadamente, 140 millones de euros. Cabe indicar en este sentido que, según la Ley del Impuesto

sobre Sociedades española, las dotaciones a la amortización del Fondo de Comercio son deducibles en 20 años.

Los **resultados atribuidos a socios externos** restan 161 millones de euros al beneficio neto de 2009 (-234 millones de euros en 2008), asociados fundamentalmente a la participación de los minoritarios en los beneficios de Telesp, Telefónica O2 República Checa y en las pérdidas de Telefónica Telecom. La evolución interanual viene explicada por el menor resultado atribuido a los socios minoritarios de Telefónica Chile (tras la OPA lanzada sobre los minoritarios de ésta en 2008) y de Telesp, así como por las mayores pérdidas de Telefónica Telecom.

Como consecuencia de la evolución de todas las partidas explicadas anteriormente, el beneficio neto consolidado en 2009 asciende a 7.776 millones de euros, un 2,4% superior al obtenido en 2008 en términos reportados, mientras que el **beneficio neto básico por acción** se sitúa en 1,71 euros, con un crecimiento interanual del 4,5%.

La **inversión (CapEx)** en 2009 alcanza 7.257 millones de euros (-11,1% interanual en términos orgánicos⁵), priorizando la inversión destinada a transformación y crecimiento. Así, respecto a 2008 se ha incrementado 15 p.p. la cobertura 3G, los accesos fijos con capacidad para soportar ancho de banda superior a 25 Mbps han crecido 6 p.p., mientras que la capacidad de la red IP se ha multiplicado por dos. Como resultado, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** se sitúa en 15.346 millones de euros, mostrando un crecimiento interanual del 8,0% en términos orgánicos⁶. Esta evolución viene explicada por el fuerte crecimiento registrado en Telefónica Latinoamérica (+29,8% en términos orgánicos⁶; 5.693 millones de euros) y en Telefónica Europa (+21,7% en términos orgánicos⁶; 2.183 millones de euros), que compensan la menor caja generada por Telefónica España en términos comparables⁵ (-5,9% hasta 7.893 millones de euros). Las economías de escala y una gestión eficiente de los gastos operativos y de la inversión permiten alcanzar un ratio de eficiencia⁷ del 74,1%, reflejando una mejora interanual de 1,4 p.p.

Así, se observa una **aceleración desde ingresos a flujo de caja operativo en los crecimientos orgánicos⁶ interanuales**, registrando este último un crecimiento superior en 7,8 p.p. al de los ingresos, lo que pone de manifiesto el éxito de la Compañía al compatibilizar una fuerte actividad comercial con una elevada generación de caja en un complejo entorno macroeconómico.

5 *Términos comparables, excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de planta, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009, venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.*

6 *Asumiendo tipos de cambio constantes, excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela, e incluyendo la consolidación de Telemig en enero-marzo 2008. En OIBDA y OI se excluyen los impactos derivados de las plusvalías obtenidas por la venta de Airwave y Sogecable, registrados en 2008 así como el impacto de la plusvalía derivada de la venta de Medi Telecom en el cuarto trimestre de 2009.*

7 *Definido como (Gastos por operaciones + CapEx - Trabajos realizados para el Inmovilizado) / Importe neto de la cifra de negocios, correspondientes a los últimos doce meses. La cifra de CapEx excluye adquisición de espectro y el Programa de Eficiencia Inmobiliaria de T. España.*

Grupo Telefónica
Resultados Consolidados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	56.731	57.946	(2,1)	14.976	14.804	1,2
Trabajos para inmovilizado	720	736	(2,2)	237	207	14,6
Gastos por operaciones	(35.489)	(36.553)	(2,9)	(9.654)	(9.367)	3,1
Aprovisionamientos	(16.717)	(17.818)	(6,2)	(4.560)	(4.607)	(1,0)
Gastos de personal	(6.775)	(6.762)	0,2	(1.770)	(1.697)	4,4
Servicios exteriores	(9.921)	(10.079)	(1,6)	(2.734)	(2.607)	4,9
Variación de provisiones de tráfico	(874)	(748)	16,8	(210)	(186)	13,0
Tributos	(1.203)	(1.147)	4,9	(380)	(271)	40,3
Otros ingresos (gastos) netos	435	510	(14,7)	221	196	12,8
Resultado de enajenación de activos	248	292	(15,1)	230	56	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(42)	(12)	n.s.	(32)	(3)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	22.603	22.919	(1,4)	5.978	5.893	1,4
Margen OIBDA	39,8%	39,6%	0,3 p.p.	39,9%	39,8%	0,1 p.p.
Amortizaciones de inmovilizado	(8.956)	(9.046)	(1,0)	(2.293)	(2.243)	2,2
Resultado operativo (OI)	13.647	13.873	(1,6)	3.685	3.650	0,9
Resultado participaciones puestas en equivalencia	47	(161)	c.s.	0	(180)	c.s.
Resultados financieros	(3.307)	(2.797)	18,2	(1.034)	(698)	48,0
Resultado antes de impuestos	10.387	10.915	(4,8)	2.651	2.771	(4,3)
Impuesto de Sociedades	(2.450)	(3.089)	(20,7)	(161)	(715)	(77,5)
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	7.937	7.826	1,4	2.490	2.057	21,1
Resultado operaciones en discontinuación	(0)	0	c.s.	(0)	0	c.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(161)	(234)	(31,1)	(50)	(60)	(17,0)
Resultado neto	7.776	7.592	2,4	2.440	1.996	22,2
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.553	4.646	(2,0)	4.554	4.593	(0,8)
Resultado neto básico por acción (euros)	1,71	1,63	4,5	0,54	0,43	23,3

Notas:

- A partir de abril de 2008 el perímetro de consolidación de Vivo incluye Telemig.
- A efectos del cálculo del resultado neto básico por acción, la media ponderada de acciones en circulación durante el periodo ha sido obtenida aplicando las disposiciones de la NIC 33 "Ganancias por acción". Por tanto, no computan como acciones en circulación la media ponderada de acciones en autocartera durante el periodo.
- 2008 recoge un impacto positivo de 174 millones euros derivado de la venta de Airwave.
- El segundo trimestre de 2008 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Sogecable (143 millones de euros), y en el cuarto trimestre de 2009 se ha registrado una plusvalía de 220 millones de euros por la venta de Medi Telecom.
- Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Grupo Telefónica Resultados por unidades de negocio

	Importe Neto Cifra de Neg.			OIBDA			Margen OIBDA		
	enero - diciembre			enero - diciembre			enero - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)									
Telefónica España ^{1,2}	19.703	20.838	(5,4)	9.757	10.285	(5,1)	49,5%	49,4%	0,2 p.p.
Telefónica Latinoamérica ³	22.983	22.174	3,7	9.143	8.445	8,3	39,8%	38,1%	1,7 p.p.
Telefónica Europa ⁴	13.533	14.308	(5,4)	3.910	4.180	(6,4)	28,9%	29,2%	(0,3 p.p.)
Otras sociedades y eliminaciones	512	625	(18,1)	(207)	9	c.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Total Grupo^{2,3,4,5}	56.731	57.946	(2,1)	22.603	22.919	(1,4)	39,8%	39,6%	0,3 p.p.

	Resultado Operativo			CapEx			OPCF (OIBDA-CapEx)		
	enero - diciembre			enero - diciembre			enero - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)									
Telefónica España ^{1,2}	7.617	8.046	(5,3)	1.863	2.208	(15,6)	7.893	8.077	(2,3)
Telefónica Latinoamérica ³	5.350	4.800	11,5	3.450	4.035	(14,5)	5.693	4.410	29,1
Telefónica Europa ⁴	1.015	1.144	(11,3)	1.728	2.072	(16,6)	2.183	2.108	3,5
Otras sociedades y eliminaciones	(335)	(117)	n.s.	216	85	153,6	(423)	(76)	n.s.
Total Grupo^{2,3,4,5}	13.647	13.873	(1,6)	7.257	8.401	(13,6)	15.346	14.519	5,7

Notas:

- OIBDA y OI de los negocios se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- Margen OIBDA calculado como OIBDA sobre importe neto de la cifra de negocios.
- Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela

1 En términos comparables, los ingresos de Telefónica España caerían un 5,9%, el OIBDA descendería un 8,0% y el OpCF decrecería un 5,9%. Términos comparables excluye el impacto de Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009 venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008 plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA enero-diciembre 2009 y 74 millones de euros en el OIBDA del mismo periodo de 2008 revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009, venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

2 El cuarto trimestre de 2009 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Medi Telecom (220 millones de euros).

3 A partir de abril de 2008 el perímetro de consolidación de Vivo incluye Telemig.

4 2008 recoge un impacto positivo de 174 millones euros derivado de la venta de Airwave. El OIBDA y el OI recogen unos gastos de reestructuración por importe de 44 millones de euros.

5 El segundo trimestre de 2008 recoge la plusvalía por la venta de la participación en Sogecable (143 millones de euros).

Grupo Telefónica

Estado de situación financiera consolidado

	diciembre 2009	diciembre 2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)			
Activos no corrientes	84.311	81.923	2,9
Intangibles	15.846	15.921	(0,5)
Fondo de comercio	19.566	18.323	6,8
Inmovilizado material y propiedades de inversión	32.003	30.546	4,8
Activos financieros no corrientes y participaciones en empresas asociadas	10.925	10.153	7,6
Activos por impuestos diferidos	5.971	6.980	(14,5)
Activos corrientes	23.830	17.973	32,6
Existencias	934	1.188	(21,4)
Deudores	10.622	9.315	14,0
Administraciones Públicas deudoras	1.246	970	28,5
Activos financieros corrientes	1.906	2.216	(14,0)
Efectivo y equivalentes de efectivo	9.113	4.277	113,1
Activos no corrientes mantenidos para la venta	9	7	33,3
Total Activo = Total Pasivo	108.141	99.896	8,3
Patrimonio Neto	24.274	19.562	24,1
Patrimonio neto atribuible a los accionistas de la sociedad dominante	21.734	17.231	26,1
Patrimonio neto atribuible a socios externos	2.540	2.331	9,0
Pasivos no corrientes	56.931	55.202	3,1
Deuda financiera a largo plazo	47.607	45.088	5,6
Pasivos por impuestos diferidos	3.082	3.576	(13,8)
Provisiones a largo plazo	4.993	5.421	(7,9)
Otros acreedores a largo plazo	1.249	1.117	11,8
Pasivos corrientes	26.936	25.132	7,2
Deuda financiera a corto plazo	9.184	8.100	13,4
Acreedores comerciales	7.365	8.120	(9,3)
Administraciones Públicas acreedoras	2.766	2.275	21,6
Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales	7.621	6.637	14,8
Datos financieros			
Deuda financiera neta ¹	43.551	42.733	1,9

Nota:

- Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

¹ Deuda Financiera Neta = Deuda financiera a L/P + Otros acreedores a L/P + Deuda financiera a C/P - Inversiones financieras temporales - Efectivo y equivalentes de efectivo - Activos financieros no corrientes y participaciones en asociadas.

Grupo Telefónica Flujo de caja y variación de deuda

		enero - diciembre		
		2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)				
I	Flujo de caja operacional	21.178	20.571	3,0
II	Pagos de intereses financieros netos ¹	(2.070)	(2.781)	
III	Pago de impuesto sobre sociedades	(2.942)	(1.413)	
A=I+II+III	Flujo de caja neto operativo antes de inversiones	16.165	16.377	(1,3)
B	Pagos por inversión en activos materiales e inmateriales	(7.592)	(7.861)	
C=A+B	Flujo de caja operativo retenido	8.573	8.516	0,7
D	Cobros netos por desinversión inmobiliaria	241	248	
E	Pagos netos por inversión financiera	(1.419)	(1.575)	
F	Pagos netos por operaciones con accionistas minoritarios y con acciones propias ²	(5.785)	(6.681)	
G=C+D+E+F	Flujo de caja libre después de dividendos	1.610	508	n.s.
H	Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	1.226	(2.142)	
I	Efectos de variación de perímetro sobre la deuda financiera neta y otros	1.203	99	
J	Deuda financiera neta al inicio del periodo	42.733	45.284	
K=J-G+H+I	Deuda financiera neta al final del periodo	43.551	42.733	1,9

Nota:

Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

¹ Incluye cobros de dividendos de filiales no consolidadas globalmente.

² Pagos de dividendos de Telefónica S.A., operaciones con acciones propias y operaciones con accionistas minoritarios por las filiales consolidadas por integración global.

Reconciliaciones del flujo de caja con OIBDA menos CapEx

	enero - diciembre		
	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)			
OIBDA	22.603	22.919	(1,4)
- CapEx devengado en el periodo	(7.257)	(8.401)	
- Pagos por amortización de compromisos	(793)	(920)	
- Pago de intereses financieros netos	(2.070)	(2.781)	
- Pago por impuestos	(2.942)	(1.413)	
- Resultado por enajenación de inmovilizado	(248)	(292)	
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	(719)	(597)	
= Flujo de caja operativo retenido	8.573	8.516	0,7
+ Cobros netos por desinversión inmobiliaria	241	248	
- Pagos netos por inversión financiera	(1.419)	(1.575)	
- Operaciones con accionistas minoritarios y con acciones propias	(5.785)	(6.681)	
= Flujo de caja libre después de dividendos	1.610	508	n.s.

	enero - diciembre		
	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)			
Flujo de caja operativo retenido	8.573	8.516	0,7
+ Pagos por amortización de compromisos	793	920	
- Operaciones con accionistas minoritarios	(269)	(291)	
= Flujo de caja libre	9.097	9.145	(0,5)
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.553	4.646	
= Flujo de caja libre por acción (euros)	2,00	1,97	1,5

Nota:

Se utiliza el concepto de "Flujo de caja libre", el cual refleja el cash flow disponible para remuneración al accionista de la matriz Telefónica S.A., protección de los niveles de solvencia (deuda financiera y compromisos) y flexibilidad estratégica.

Las diferencias con el "Flujo de caja operativo retenido" de la tabla anterior se deben a que el "Flujo de caja libre" se calcula antes de amortización de compromisos (por reducciones de plantilla y garantías) y después de las operaciones con accionistas minoritarios, como consecuencia de la recirculación de fondos dentro del Grupo.

Nota: Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Deuda financiera neta más compromisos

		diciembre 2009
Datos no auditados (Millones de euros)		
	Acreedores a LP ¹	48.122
	Emisiones y deudas con entidades de crédito a CP	9.184
	Efectivo y equivalente de efectivo	(9.113)
	Inversiones financieras a CP y LP ²	(4.642)
A	Deuda financiera neta	43.551
	Garantías otorgadas a IPSE 2000	71
B	Compromisos por garantías	71
	Compromisos brutos por reducción de plantilla ³	4.257
	Valor de activos a largo plazo asociados ⁴	(827)
	Impuestos deducibles ⁵	(1.169)
C	Compromisos netos por reducción de plantilla	2.260
A + B + C	Deuda total + Compromisos	45.883
	Deuda financiera neta / OIBDA ⁶	1,9x
	Deuda total + Compromisos / OIBDA ⁶	2,1x

Nota:

Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

1 Incluye "Deuda financiera a largo plazo" y 515 millones de euros de "Otros acreedores a largo plazo".

2 Incluye "Activos financieros corrientes" y 2.736 millones de euros de "Activos financieros no corrientes y participaciones en empresas asociadas".

3 Fundamentalmente en España. Esta cifra aparece reflejada dentro de las cuentas del estado de situación financiera "Provisiones a largo plazo" y "Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales", y se obtiene como suma de los conceptos de "Prejubilaciones, Seguridad Social y Desvinculaciones", "Seguro Colectivo", "Provisiones Técnicas", "Provisión para el Fondo de Pensiones de otras Sociedades".

4 Importe incluido en la cuenta del estado de situación financiera "Activos financieros no corrientes y participaciones en empresas asociadas". Corresponden fundamentalmente a inversiones en Valores de renta fija y Depósitos a largo plazo, que cubren la materialización de las provisiones técnicas de las sociedades aseguradoras del Grupo.

5 Valor presente de los ahorros impositivos a los que darán lugar los pagos futuros por amortización de los compromisos por reducción de plantilla.

6 Calculado a partir del OIBDA a diciembre de 2009 anualizado linealmente excluyendo el resultado por enajenación de inmovilizado.

Estructura de la deuda por divisa

Datos no auditados	diciembre 2009				
	EUR	LATAM	GBP	CZK	USD
Estructura de la deuda por divisa	69%	12%	8%	6%	4%

Ratings crediticios

	Largo Plazo	Corto Plazo	Perspectiva	Fecha última revisión
Moody's	Baa1	P-2	Positiva	17/2/09
JCR	A	-	Estable	17/12/08
S&P	A-	A-2	Estable	2/12/08
Fitch/IBCA	A-	F-2	Estable	25/11/08

Grupo Telefónica

Tipos de cambio aplicados

	Cuenta de Resultados y CapEx ¹		Estado de Situación Financiera ²	
	ene - dic 2009	ene - dic 2008	diciembre 2009	diciembre 2008
Estados Unidos (Dólar USA/Euro)	1,390	1,463	1,441	1,392
Reino Unido (Libra/Euro)	0,891	0,795	0,888	0,952
Argentina (Peso Argentino/Euro)	5,174	4,632	5,474	4,806
Brasil (Real Brasileño/Euro)	2,757	2,659	2,508	3,252
Rep. Checa (Corona Checa/Euro)	26,435	24,969	26,465	26,930
Chile (Peso Chileno/Euro)	775,795	758,725	730,460	885,740
Colombia (Peso Colombiano/Euro)	2.985,075	2.873,563	2.941,176	3.125,000
El Salvador (Colon/Euro)	12,165	12,806	12,605	12,177
Guatemala (Quetzal/Euro)	11,331	11,069	12,035	10,830
México (Peso Mexicano/Euro)	18,778	16,239	18,812	18,841
Nicaragua (Córdoba/Euro)	28,258	28,365	30,023	27,623
Perú (Nuevo Sol Peruano/Euro)	4,186	4,285	4,165	4,371
Uruguay (Peso Uruguayo/Euro)	31,303	30,605	28,275	33,888
Venezuela (Bolívar Fuerte/Euro) ³	2,989	3,147	3,097	2,992

¹ Estos tipos de cambio se utilizan para convertir las cuentas de resultados y el CapEx de las sociedades extranjeras del Grupo de moneda local a euros.

² Tipos de cambio a 31/12/09 y 31/12/08.

³ Tras la consideración de Venezuela como país hiperinflacionario, la cuenta de resultados y el Capex de las operaciones de Telefónica en Venezuela pasan a convertirse al tipo de cambio de cierre de Bolívar Fuerte/Euro.

Resultados por unidades de negocio

Telefónica España

En un entorno económico adverso, a lo largo del año la Compañía ha ido adaptando sus prioridades de gestión, compatibilizando una alta generación de caja en 2009 con un fuerte repunte de la actividad comercial en el segundo semestre del año, sentando así las bases para recuperar el crecimiento futuro desde su posición de sólido liderazgo competitivo. Todo ello en un mercado con un alto nivel de madurez y fuerte intensidad competitiva, y en un contexto de mayor propensión de los clientes a controlar su gasto, especialmente en los servicios de voz.

En este sentido, resulta especialmente destacable la mejor evolución de los ingresos de la Compañía en todos los negocios en el cuarto trimestre del año, en el que se observa una desaceleración en el descenso interanual de los ingresos frente a trimestres anteriores. Así, y en términos comparables¹, la variación interanual de los ingresos en el negocio fijo mejora 1,1 p.p. intertrimestralmente, y en el móvil 3,9 p.p. (+0,4 p.p. en ingresos de servicio).

Al cierre de 2009, Telefónica España continúa liderando el mercado español, y alcanza un total de 46,8 millones de accesos. Destaca el mayor número de accesos minoristas de internet de **banda ancha**, que crecen un 4,4% interanual, acercándose a los 5,5 millones, el importante aumento de los clientes de **TV de pago** (+14,8% frente a diciembre de 2008) y el fuerte crecimiento del parque de clientes de contrato en el negocio móvil (+5,3% interanual), que permite alcanzar un total de 23,5 millones de **clientes móviles**. Asimismo, continúa la creciente adopción de tarifas planas de datos móviles, que superan 1,9 millones a finales de año, duplicando la cifra de cierre de 2008.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** se sitúa en 19.703 millones de euros en 2009, con un descenso interanual en términos reportados del 5,4% y del 1,6% en el cuarto trimestre. La mejor evolución registrada en el último trimestre refleja la contabilización en el mismo de los ingresos por Servicio Universal de los años 2007 y 2008. Debe recordarse que los ingresos registrados en 2008 por este concepto ascendieron a 183 millones de euros (registrados en su totalidad en el tercer trimestre del año), mientras que en el conjunto de 2009 se han situado en 223 millones de euros (75 millones de euros en el primer trimestre y 148 millones de euros en el cuarto).

En términos comparables¹ los ingresos en 2009 se reducen un 5,9% tras disminuir un 4,5% en el cuarto trimestre, caída inferior a la observada en trimestres anteriores (-6,6% en el tercer trimestre y -6,9% en el segundo trimestre). La evolución de los ingresos en 2009 está principalmente explicada por el menor consumo de los servicios de voz por parte de los clientes. Por otro lado, tanto en el cuarto trimestre como en el conjunto del año se observa una muy positiva evolución de los Servicios TI (+14,7% interanual en 2009; +19,5% en el cuarto trimestre), y de los Servicios de Datos (+8,7% frente a 2008; +11,3% en los últimos tres meses) en el negocio fijo, y de los ingresos de conectividad de datos en el negocio móvil (+52,2% frente a 2008).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** reportado alcanza 9.757 millones de euros en 2009 (-5,1% frente a 2008), manteniéndose un sólido margen OIBDA del 49,5%, en niveles similares a los del año anterior (+0,2 p.p.). En términos comparables¹ el OIBDA muestra un descenso interanual del 8,0% en 2009, explicado fundamentalmente por la pérdida de ingresos de mayor margen, principalmente tráfico de voz fija y móvil y acceso tradicional, y por la mayor actividad comercial registrada en el segundo semestre del año. En el cuarto trimestre el OIBDA desciende un 7,5% en términos comparables¹, tras el fuerte incremento de la actividad comercial registrada en el negocio móvil, centrada en los clientes de mayor valor. El margen OIBDA en términos comparables¹ se sitúa en el 48,0% en 2009, manteniéndose como una referencia en el sector a nivel europeo.

La **inversión (CapEx)** asciende a 1.863 millones de euros en el año 2009 y se reduce un 15,6% interanualmente, reflejando la capacidad de la Compañía para gestionar su esfuerzo inversor en función de la demanda y enfocarlo en las áreas de negocio de fuerte crecimiento, como la banda ancha móvil.

Así, el flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) alcanza 7.893 millones de euros en 2009 (-2,3% en términos reportados y -5,9% interanual en términos comparables¹), reflejando las iniciativas desarrolladas en contención de costes y de inversión para limitar el impacto de la presión en los ingresos.

¹ Términos comparables, excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009; venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009, y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

Negocio fijo

En 2009, el mercado español de accesos de telefonía fija ha continuado afectado por una coyuntura económica desfavorable y muestra una caída interanual estimada del 0,8%. En este entorno, la planta de **accesos fijos** de la Compañía en servicio (accesos de telefonía fija, alquiler mayorista de línea telefónica -AMLT-, bucle desagregado y ADSL mayorista desnudo) presenta una caída del 2,4% en 2009 (-386.465 accesos fijos en el año).

La planta de **accesos de telefonía fija minorista** de la Compañía se sitúa en 14,2 millones de accesos a finales de 2009 (15,3 millones en diciembre de 2008), impactada por la continua desagregación de bucles. Así, la cuota de mercado estimada de la Compañía alcanza en torno al 72% en 2009. Cabe destacar que en 2009, el 66% de la pérdida accesos de telefonía fija minoristas ha sido compensada con el crecimiento neto de accesos mayoristas y que, por lo tanto, generan ingresos para la Compañía.

Debe señalarse que en los últimos tres meses de 2009, la Compañía registra la menor pérdida trimestral de accesos del año, exceptuando el tercer trimestre en el que inciden positivamente factores estacionales, situándose en 282.352 accesos.

Las líneas preseleccionadas continúan su tendencia decreciente, con una reducción de 122.583 en el trimestre y de 406.815 en el año, situándose a finales de 2009 por debajo de 1,1 millones de líneas.

En el mercado de **accesos fijos de Internet de banda ancha** Telefónica mantiene su liderazgo, con una cuota de mercado estimada en el entorno del 56%, acercándose a los 5,5 millones de accesos (+4,4% frente a diciembre de 2008), tras registrar una ganancia neta de 53.262 accesos en el cuarto trimestre y de 230.379 accesos en el año. El mercado, en su conjunto, alcanza un total de 9,9 millones de accesos estimados en diciembre de 2009, con un crecimiento interanual estimado del 7,2%.

Los accesos mayoristas indirectos de banda ancha de la Compañía se reducen en 64.739 en 2009, hasta 359.025 (-15,3% frente a 2008), registrando un aumento de 21.786 accesos en el cuarto trimestre. El alquiler del bucle registra una ganancia neta de 455.749 bucles en el conjunto del año (132.455 en el cuarto trimestre), casi alcanzando los 2,2 millones, de los cuales casi el 21% corresponden a la modalidad de bucle compartido, y el restante 79% a bucles desagregados (incluyendo más de 428.000 bucles compartidos desnudos). El bucle desagregado en 2009 presenta una ganancia neta de 610.426 (184.789 en el cuarto trimestre), de los que el 28% corresponden a bucle compartido desnudo. Los bucles compartidos se reducen en 154.677 accesos en el año y en 52.334 accesos en el trimestre.

Por otro lado, en el cuarto trimestre continúa la excelente evolución de los accesos de **televisión de pago**, con una ganancia neta

de 48.725 clientes (+112,4% interanual). Así, tras obtener en el año una ganancia neta de 90.486 clientes, Telefónica alcanza un total de 702.980 clientes (+14,8% interanual), con un importante avance de la cuota estimada de mercado, que se sitúa en torno al 17% a finales de 2009. Este dato de cuota de mercado es aún más destacable considerando que Imagenio sólo puede ofrecerse al 60% de los hogares españoles.

La planta total de Dúos y Tríos supone ya que casi el 88% de los accesos de banda ancha minorista de la Compañía están incluidos dentro de algún paquete de doble o triple oferta.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza 12.167 millones de euros en 2009, con un descenso del 3,3% interanual. En términos comparables² los ingresos decrecen un 2,9% en el cuarto trimestre (-3,7% en 2009), observándose una mejor evolución que la registrada en los dos trimestres anteriores (-4,7% interanual en el segundo trimestre y -4,0% en el tercero). Por conceptos:

- Los **ingresos por acceso tradicional** se reducen un 5,2% interanual en 2009 y crecen un 12,6% en el trimestre, fuertemente influenciados por la contabilización de ingresos asociados al Servicio Universal de 183 millones de euros en 2008 (en el tercer trimestre) y 223 millones de euros en 2009 (75 millones de euros en el primer trimestre y 148 millones de euros en el cuarto). En términos comparables² disminuyen un 7,0% interanual en el año (-9,1% en el cuarto trimestre), impactados por el menor número de accesos (-7,3% interanual).
- Continúa la mejora relativa de los **ingresos por servicios de voz**, que se reducen un 9,5% en el trimestre, con un descenso inferior al de los dos trimestres anteriores (-12,1% en el segundo trimestre y -10,8% en el tercer trimestre). En el conjunto del año estos ingresos decrecen un 10,2%, afectados por el menor tráfico fijo-móvil e internacional cursado y el mayor peso del tráfico asociado a tarifas planas, derivados de la optimización del consumo por parte de los clientes.
- Los **ingresos de Internet y banda ancha** descienden en el año un 1,9% interanual (-1,7% en el trimestre):
 - Los ingresos minoristas disminuyen interanualmente un 1,7% en el año (-2,7% en el trimestre), fundamentalmente por el menor crecimiento de la planta y la reducción del ARPU efectivo (-6,4% en 2009 y -5,5% en el cuarto trimestre).
 - Los ingresos mayoristas (+3,3% interanual en el año; +7,5% en el trimestre) reflejan el crecimiento de la planta de bucles alquilados.
- Los ingresos de **servicios de datos** siguen mostrando un significativo crecimiento interanual, aumentando un 11,3% en el

² Términos comparables, excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 110 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 46 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 91 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 17 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008 y revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 58 millones de euros en segundo trimestre 2009.

trimestre y un 8,7% en el año, impulsados por los mayores ingresos de alquiler de circuitos a operadores móviles, fundamentalmente Telefónica Móviles España, derivados del fuerte crecimiento de la banda ancha móvil.

- Los ingresos por **servicios TI** muestran un crecimiento muy positivo y aumentan en 2009 un 14,7% interanual (+19,5% en el cuarto trimestre).

Por su lado, los gastos por operaciones registran un descenso interanual comparable³ del 2,4% en el año (-3,1% en el trimestre). En términos reportados los gastos se reducen un 2,8% hasta 6.527 millones de euros, con el siguiente desglose:

- Los gastos por servicios exteriores disminuyen un 2,7% en 2009, hasta 1.300 millones de euros. En el cuarto trimestre estos gastos caen un 5,7% por la menor actividad comercial registrada.
- Los gastos de personal se reducen un 0,9% hasta 2.052 millones de euros. Excluyendo el impacto del ajuste de provisiones realizadas en ejercicios anteriores, los gastos de personal crecen un 1,9% en 2009, por el mayor nivel de gasto en el cuarto trimestre de 2009 en términos interanuales. En el cuarto trimestre de 2008 se recogió el impacto positivo derivado del menor IPC real frente al previsto en la revisión de la masa salarial de la Compañía.
- Los gastos por aprovisionamientos se reducen un 6,0% y se sitúan en 2.785 millones de euros en 2009, por los menores gastos de interconexión asociados al menor tráfico fijo-móvil cursado y a la reducción de las tarifas de terminación de los operadores móviles.

En consecuencia, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2009 alcanza 5.810 millones de euros, con un descenso interanual del 4,0%, mientras que el margen OIBDA se sitúa en el 47,7%. En términos comparables³ el OIBDA se reduce interanualmente un 4,1% en el año (-0,5% en el cuarto trimestre). El margen OIBDA permanece prácticamente estable en términos comparables³ y alcanza un 47,0% en 2009 (47,2% en 2008), tras situarse en el trimestre en el 46,8%.

Negocio móvil

En el contexto económico actual, la actividad comercial de la Compañía en 2009 se ha centrado en los segmentos de mayor valor, lo que ha permitido mantener su liderazgo en cuota de ingresos, siendo la compañía con el mayor diferencial entre cuota de ingresos y cuota de parque del mercado español.

A cierre de 2009 el parque de clientes del negocio móvil de la Compañía asciende a 23,5 millones de **accesos** (23,6 millones en 2008). Debe señalarse que en el mes de diciembre se han dado de baja 715.000 accesos inactivos del segmento prepago, sin impacto alguno en los resultados económicos de la Compañía. Excluyendo este ajuste, la ganancia neta en el conjunto del año ascendería a 648.765 accesos, de los cuales 538.027 se habrían registrado en el segundo semestre (+41,8% interanual) y 260.445 en el último trimestre del año (+54,2% interanual).

El foco en los clientes de mayor valor se traduce en unos positivos resultados comerciales en el segmento contrato, con una ganancia neta de 766.244 accesos en 2009 y 639.705 en el segundo semestre, alcanzándose en el cuarto trimestre la mayor ganancia neta de contrato de los dos últimos años (324.921 accesos). Así, a finales de 2009 este segmento representa ya el 65% de los accesos totales de la Compañía.

Respecto a la **portabilidad móvil**, en el último trimestre, y por tercer trimestre consecutivo, se mantiene el saldo positivo en contrato, con una ganancia neta de 24.975 líneas, frente al saldo negativo de 20.616 líneas en el cuarto trimestre de 2008. Así, en 2009 el saldo neto en contrato se sitúa en 8.078 líneas. En términos de portabilidad total, el saldo negativo asciende a 153.858 accesos, con un saldo mucho más favorable en la segunda mitad del año (-30.139 en la segunda mitad de 2009 frente a -123.719 en la primera mitad).

El **churn** se sitúa en el 2,3% en el año 2009 (+0,4 p.p. en términos interanuales) y en el 3,1% en el cuarto trimestre (+1,2 p.p. mayor que el del cuarto trimestre de 2008), impactado por la desconexión de líneas inactivas mencionada anteriormente. Excluyendo este impacto, el churn se hubiera situado en el 2,2% en el cuarto trimestre y en el 2,1% en el conjunto del año. Debe señalarse que en los segmentos de mayor valor se siguen manteniendo niveles de churn muy inferiores al total, situándose en contrato en el 1,3% en el año 2009 (+0,2 p.p. frente a 2008).

En términos de consumo, se observa una mejora del tráfico en términos interanuales en el cuarto trimestre, con una desaceleración en su ritmo de caída. Así, en el último trimestre el tráfico decrece un 2,2% interanual, frente al descenso del 3,8% en el tercer trimestre y del 4,0% en los primeros seis meses de 2009. Así, en el conjunto de 2009 el tráfico se reduce un 3,5% frente a 2008, hasta los 42.039 millones de minutos.

El **ARPU de voz**, influido por el descenso de las tarifas de interconexión en el último año (-21,7% tras los recortes realizados en octubre de 2008, abril de 2009 y octubre de 2009) y por el cambio en los patrones de uso de los clientes debido a la situación económica, desciende en 2009 un 12,4% hasta 22,1 euros (-12,6% en el cuarto trimestre). La evolución del ARPU de salida de voz muestra una mejor evolución relativa, con un descenso interanual en el año del 10,3% y del 10,1% en el cuarto trimestre.

³ Términos comparables, excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 110 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 46 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 91 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 17 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008 y revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 58 millones de euros en segundo trimestre 2009.

El **ARPU de datos** sigue mostrando un crecimiento positivo del 3,0% interanual en el conjunto del año, y del 2,8% en el trimestre, hasta alcanzar 5,4 euros en 2009, a pesar de la menor contribución de los SMS interpersonales y SMS Premium, tras el cambio regulatorio introducido sobre los últimos durante el cuarto trimestre del año.

En el contexto actual, destaca la notable evolución de los ingresos de datos asociados a la conectividad, que siguen presentando un sólido crecimiento interanual, e incluso aceleran su ritmo de crecimiento en el último trimestre del año. Así, en 2009 estos ingresos aumentan un 52,2% frente a 2008, impulsados por la fuerte demanda de tarifas planas de datos, que superan los 1,9 millones en diciembre de 2009, multiplicando por dos la cifra del año anterior. Así, el ARPU de datos representa ya en 2009 el 19,6% del ARPU total (+2,4 p.p. en términos interanuales).

La evolución de los datos se ha visto potenciada por la mayor penetración de los dispositivos 3G entre los clientes, hasta un total de 8,9 millones (1,4 veces más que en diciembre de 2008).

Cabe destacar que en el cuarto trimestre se confirma la estabilidad en la evolución del ARPU de salida, con una evolución comparable muy similar a la del tercer trimestre, mejorando ambas la evolución de la primera mitad del año. Así, el ARPU de salida muestra un descenso del 7,8% en el conjunto del año y del 7,3% en el cuarto trimestre. Por su parte, el **ARPU total** en 2009 se sitúa en 27,5 euros y desciende un 9,7% interanualmente tanto en 2009 como en el cuarto trimestre.

En consecuencia, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** se reduce un 4,4% interanual en el último trimestre de 2009, con una mejora de 1,9 p.p. frente al tercer trimestre, registrando en el conjunto del año un descenso del 7,4% hasta 8.965 millones de euros (-7,9% en términos comparables⁴). Por componentes podemos observar:

- Los **ingresos de servicio** decrecen un 7,4% interanual en 2009 hasta alcanzar 7.828 millones de euros. Las bajadas de las tarifas de interconexión explican 3,3 p.p. de la caída interanual de los ingresos en el trimestre y 2,6 p.p. en el conjunto del año. En términos comparables⁴, los ingresos se reducen un 7,7% interanual en el cuarto trimestre de 2009, mostrando una mejora de 0,4 p.p. respecto al trimestre anterior; en el año el descenso es del 8,0%.
- Los **ingresos de clientes** disminuyen un 4,5% en el cuarto trimestre frente al mismo periodo de 2008 y un 5,4% en 2009 hasta 6.571 millones de euros, con una mejor evolución en el cuarto trimestre respecto al trimestre anterior (-5,3%), apoyada en la ligera recuperación de los patrones de uso.

- Los **ingresos de interconexión** decrecen un 22,7% interanual en el trimestre y un 19,5% en el año hasta los 1.001 millones de euros, por las menores tarifas de interconexión.

- Los **ingresos de roaming-in** descienden un 27,4% interanual en el trimestre y un 22,8% en el 2009 frente a 2008, hasta situarse en 153 millones de euros, impactados por el continuado descenso de los precios mayoristas.

- Los **ingresos de terminales** alcanzan 1.137 millones de euros en 2009, con un descenso interanual del 7,3% en el año, tras aumentar en el cuarto trimestre un 15,8% afectados por los diferentes ritmos de llenado del canal.

Los **gastos por operaciones** se sitúan en 5.277 millones de euros en 2009, con una reducción interanual del 4,0%. El descenso de los gastos en el año está impulsado por los esfuerzos para mejorar la eficiencia de la Compañía y adaptarse a la situación económica actual. No obstante, estos esfuerzos se ven parcialmente compensados por la mayor actividad comercial registrada en los dos últimos trimestres -especialmente en el segmento contrato-, la pérdida de ingresos de mayores márgenes, y las dotaciones por importe de 68 millones de euros realizadas en 2009 para cubrir los gastos asociados al Coste del Servicio Universal (24 millones de euros en el primer trimestre y 44 millones de euros en el cuarto trimestre) frente a los 59 millones de euros dotados en 2008 (tercer trimestre). Así, en términos comparables⁴, los gastos por operaciones descienden un 3,8% en el conjunto del año (+5,2% en el cuarto trimestre), evolución que viene determinada, especialmente en el cuarto trimestre, por los siguientes factores: i) la mayor actividad comercial; ii) el mayor gasto de circuitos alquilados al negocio fijo producto de la explosión del tráfico de datos asociado a la banda ancha móvil; y iii) la peor evolución de los gastos de personal frente al cuarto trimestre de 2008, trimestre en el que se recogió el impacto positivo derivado del menor IPC real frente al previsto en la revisión de la masa salarial de la Compañía.

Por otro lado, debe señalarse el registro de la plusvalía obtenida por la venta de la participación en Medi Telecom en el cuarto trimestre de 2009, por importe de 220 millones de euros.

En consecuencia, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) de 2009 decrece un 6,8% en el año hasta 3.975 millones de euros (-13,3% en términos comparables⁴). En el cuarto trimestre, el OIBDA reportado se mantiene estable frente a 2008, mientras que en términos comparables⁴ desciende un 17,1%, impactado por el menor volumen de ingresos, y la evolución de los gastos anteriormente comentada. Así, el margen OIBDA en 2009 se sitúa en el 44,3%, con un ligero aumento de 0,3 p.p. En términos comparables⁴ el margen alcanza el 42,0% en el conjunto del año (-2,6 p.p. interanual).

⁴ Términos comparables, excluye el impacto de: Venta de cartera de incobrables: 8 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; gastos registrados asociados al Servicio Universal por valor de 59 millones de euros en el tercer trimestre de 2008, 24 millones de euros en el primer trimestre de 2009 y 44 millones de euros en el cuarto trimestre de 2009; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 32 millones de euros en el segundo trimestre de 2009; venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009, y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

Telefónica España
Accesos

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Accesos Clientes Finales	45.213,6	44.885,7	44.676,7	44.858,6	44.164,2	(2,3)
Accesos de telefonía fija ¹	15.326,3	15.004,9	14.691,4	14.482,5	14.200,1	(7,3)
Accesos de datos e internet	5.670,0	5.661,3	5.660,1	5.728,7	5.722,5	0,9
Banda estrecha	388,0	336,4	297,6	276,5	219,5	(43,4)
Banda ancha ²	5.246,4	5.291,8	5.331,4	5.423,5	5.476,8	4,4
Otros ³	35,6	33,1	31,1	28,7	26,2	(26,3)
Accesos móviles	23.604,8	23.614,7	23.715,6	23.993,2	23.538,6	(0,3)
Prepago ⁴	9.037,0	9.061,8	9.021,2	8.984,0	8.204,5	(9,2)
Contrato	14.567,8	14.552,9	14.694,4	15.009,1	15.334,1	5,3
TV de Pago	612,5	604,8	609,5	654,3	703,0	14,8
Accesos Mayoristas	2.136,1	2.271,5	2.369,1	2.418,1	2.614,0	22,4
AMLT ⁵	9,5	25,9	45,4	55,6	97,4	n.s.
Bucle Alquilado	1.698,0	1.835,3	1.950,7	2.021,3	2.153,8	26,8
Bucle Compartido	602,3	584,8	546,1	500,0	447,7	(25,7)
Bucle Desagregado ⁶	1.095,7	1.250,5	1.404,7	1.521,3	1.706,1	55,7
Mayorista ADSL	423,8	405,8	368,8	337,2	359,0	(15,3)
Otros ⁷	4,7	4,4	4,2	3,9	3,7	(21,6)
Total Accesos	47.349,7	47.157,2	47.045,7	47.276,6	46.778,2	(1,2)

1 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.

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

3 Circuitos punto a punto.

4 Se han desconectado 715.000 accesos móviles inactivos del segmento prepago en diciembre de 2009.

5 Alquiler Mayorista de Línea Telefónica.

6 Incluye bucle compartido desnudo.

7 Circuitos mayoristas.

Telefónica España
Resultados Consolidados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	19.703	20.838	(5,4)	5.048	5.132	(1,6)
Trabajos para inmovilizado	218	213	2,3	70	61	14,0
Gastos por operaciones	(10.402)	(10.818)	(3,8)	(2.825)	(2.738)	3,2
Otros ingresos (gastos) netos	25	7	n.s.	1	(24)	c.s.
Resultado de enajenación de activos	222	54	n.s.	226	(0)	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(9)	(8)	15,9	(4)	(3)	51,8
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	9.757	10.285	(5,1)	2.517	2.428	3,6
Margen OIBDA	49,5%	49,4%	0,2 p.p.	49,8%	47,3%	2,5 p.p.
Amortizaciones de inmovilizado	(2.140)	(2.239)	(4,5)	(542)	(550)	(1,6)
Resultado operativo (OI)	7.617	8.046	(5,3)	1.975	1.878	5,2

Notas:

• OIBDA y OI se presentan antes de gastos de marca.

• En términos comparables, los ingresos de Telefónica España caerían un 5,9%, el OIBDA descendería un 8,0% y el OpCF decrecería un 5,9%. Términos comparables, excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 51 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 47 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009; venta de cartera de incobrables: 25 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008; plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008; revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 90 millones de euros en el segundo trimestre de 2009, venta de derechos de aplicaciones: 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

Telefónica España: Negocio fijo

Datos financieros seleccionados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	12.167	12.581	(3,3)	3.170	3.113	1,8
OIBDA	5.810	6.050	(4,0)	1.509	1.421	6,2
Margen OIBDA	47,7%	48,1%	(0,3 p.p.)	47,6%	45,6%	2,0 p.p.
CapEx	1.305	1.498	(12,9)	513	455	12,8
OpCF (OIBDA-CapEx)	4.505	4.552	(1,0)	996	966	3,1

Notas:

- OIBDA se presenta antes de gastos de marca.
- Términos comparables, excluye el impacto de: Servicio Universal: 183 millones de euros en ingresos y 110 millones de euros en OIBDA en el tercer trimestre de 2008, 75 millones de euros en ingresos y 46 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2009 y 148 millones de euros en ingresos y 91 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009 venta de cartera de incobrables: 17 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008 plusvalías inmobiliarias: 6 millones de euros en OIBDA en 2009 y 74 millones de euros en 2008 y revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 58 millones de euros en segundo trimestre 2009.

Telefónica España: Negocio fijo

Detalle ingresos

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Acceso Tradicional ¹	2.792	2.944	(5,2)	767	681	12,6
Servicios de Voz Tradicional	3.983	4.436	(10,2)	975	1.078	(9,5)
Tráfico ²	2.209	2.566	(13,9)	535	619	(13,6)
Interconexión ³	911	960	(5,1)	220	230	(4,2)
Comercialización de terminales y otros ⁴	864	910	(5,0)	220	228	(3,7)
Servicios Internet y Banda Ancha	2.960	3.017	(1,9)	741	754	(1,7)
Banda Estrecha	33	55	(40,3)	6	7	(16,5)
Banda Ancha	2.928	2.962	(1,2)	736	747	(1,5)
Minorista ⁵	2.590	2.635	(1,7)	646	663	(2,7)
Mayorista ⁶	337	327	3,3	90	84	7,5
Servicios Datos	1.294	1.190	8,7	349	313	11,3
Servicios TI	508	443	14,7	156	131	19,5

¹ Ingresos por cuotas de abono y conexión (RTB, TUP, RDSI y Servicios Corporativos) y recargos en cabinas.

² Tráfico metropolitano, larga distancia (nacional e internacional), fijo-móvil, servicios IRIS, Servicios Especiales Tasados, Servicios de Información (118xy), bonificaciones y otros.

³ Incluye ingresos por tráfico de entrada fijo-fijo y móvil-fijo así como por carrier y tránsitos.

⁴ Incluye Servicios Gestionados de voz y otras líneas de negocio.

⁵ Servicios minoristas ADSL y otros servicios de Internet.

⁶ Incluye Megabase, Megavía, GigADSL y alquiler del bucle.

Nota:

Asociado al reconocimiento del Servicio Universal, se han contabilizado 183 millones de euros en el tercer trimestre de 2008 correspondiente a los ejercicios 2003-2005, 75 millones de euros en el primer trimestre de 2009 correspondiente al ejercicio 2006 y 148 millones de euros en el cuarto trimestre de 2009 correspondiente a los ejercicios 2007 y 2008 estos importes son recogidos en el apartado de ingresos por acceso tradicional.

Telefónica España: Negocio móvil
Datos financieros seleccionados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	8.965	9.684	(7,4)	2.278	2.383	(4,4)
OIBDA	3.975	4.265	(6,8)	1.014	1.012	0,2
Margen OIBDA	44,3%	44,0%	0,3 p.p.	44,5%	42,5%	2,1 p.p.
CapEx	559	710	(21,3)	223	199	12,3
OpCF (OIBDA-CapEx)	3.417	3.555	(3,9)	791	813	(2,7)

Notas:

- OIBDA se presenta antes de gastos de marca.
- Términos comparables, excluye el impacto de: Venta de cartera de incobrables, 8 millones de euros en OIBDA en el primer trimestre de 2008 gastos registrados asociados al Servicio Universal por valor de 59 millones de euros en el tercer trimestre de 2008, 24 millones de euros en el primer trimestre de 2009 y 44 millones de euros en el cuarto trimestre de 2009 revisión de estimaciones realizadas en ejercicios anteriores correspondientes a planes de adecuación de plantilla, lo que ha supuesto un menor gasto de 32 millones de euros en el segundo trimestre de 2009 venta de derechos de aplicaciones, 48 millones de euros en ingresos y OIBDA en el tercer trimestre de 2009 y plusvalías por la venta de Medi Telecom: 220 millones de euros en OIBDA en el cuarto trimestre de 2009.

Telefónica España: Negocio móvil
Detalle ingresos

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Ingresos de servicio	7.828	8.457	(7,4)	1.898	2.055	(7,7)
Ingresos de clientes	6.571	6.943	(5,4)	1.636	1.713	(4,5)
Interconexión	1.001	1.243	(19,5)	221	286	(22,7)
Roaming - In	153	198	(22,8)	27	37	(27,4)
Otros	103	73	41,3	14	19	(26,9)
Ingresos de terminales	1.137	1.227	(7,3)	380	328	15,8

Notas:

- Los ingresos de servicio recogen un impacto positivo de 48 millones de euros por la venta de derechos de aplicaciones en el tercer trimestre de 2009.

Telefónica España: Negocio móvil Datos operativos

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados						
Tráfico (millones de minutos)	10.727	10.038	10.499	11.007	10.495	(2,2)
ARPU (EUR)	29,5	27,6	27,6	28,0	26,7	(9,7)
Prepago	13,8	12,5	12,6	13,2	11,9	(13,2)
Contrato	39,3	36,9	36,8	37,0	35,3	(10,2)
ARPU de datos (EUR)	5,5	5,3	5,1	5,4	5,6	2,8
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	55,5%	59,4%	60,6%	61,9%	60,7%	5,2 p.p.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual del trimestre.
- Tráfico se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una única vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Telefónica España: Negocio móvil Datos operativos

	enero - diciembre		% Var
	2009	2008	
Datos no auditados			
Tráfico (millones de minutos)	42.039	43.568	(3,5)
ARPU (EUR)	27,5	30,4	(9,7)
Prepago	12,6	14,5	(13,4)
Contrato	36,5	40,5	(9,9)
ARPU de datos (EUR)	5,4	5,2	3,0
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	60,6%	54,2%	6,5 p.p.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual del periodo enero-diciembre.
- Tráfico se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una única vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Resultados por unidades de negocio

Telefónica Latinoamérica

Conforme a lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), ha de considerarse la economía venezolana como hiperinflacionaria en el ejercicio 2009, lo que implica que los resultados económico-financieros de Telefónica Latinoamérica se encuentran afectados por la consideración de Venezuela como país hiperinflacionario.

A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda constante o local de las partidas afectadas por el ajuste por hiperinflación, así como del resto de indicadores financieros y operativos se reportan excluyendo el impacto de dicho ajuste.

En un contexto general de deterioro macroeconómico a nivel global, las economías latinoamericanas han tenido una destacable estabilidad en 2009, con unas perspectivas para 2010 que apuntan a una evidente recuperación económica, algunos de cuyos síntomas ya han empezado a observarse en el cuarto trimestre.

En este entorno, Telefónica Latinoamérica cierra el ejercicio 2009 gestionando 168,6 millones de accesos en la región, con un incremento interanual del 6,5%, apoyado en el sostenido crecimiento en los negocios de telefonía móvil y banda ancha.

Con respecto a la **telefonía móvil**, Latinoamérica alcanza una penetración estimada a cierre de 2009 del 90%, 8 p.p. más que en 2008. Telefónica gestiona en la región 134,7 millones de accesos móviles, manteniendo un crecimiento interanual del 9,2%, tras registrar una ganancia neta en el conjunto del año de 11,4 millones accesos¹. Las principales tendencias en este negocio en 2009 son las siguientes:

- Importante **actividad comercial**, con un fuerte repunte de la ganancia neta en el cuarto trimestre, que se sitúa en 5,5 millones de accesos¹, mostrando un crecimiento interanual del 7,8%. Así, por segundo trimestre consecutivo la Compañía registra una aceleración en la actividad comercial, registrándose en el cuarto trimestre un cambio de tendencia respecto a los primeros nueve meses del año, en los que la ganancia neta fue inferior a la registrada en 2008.

Esta mejora en la evolución comercial se sustenta en las mayores altas respecto a meses anteriores y en la contención de los niveles de churn. Así, las altas del cuarto trimestre permanecen estables en términos interanuales, a pesar de la mayor penetración en la región, y superan en un 20,2% a las del trimestre anterior, con un incremento significativamente superior al registrado entre los mismos periodos de 2008. Por su parte, el **churn** en el cuarto trimestre se sitúa en el 2,3%, con una mejora de 0,3 p.p. interanual, alcanzando el 2,5% en el conjunto del año (0,1 p.p. inferior al del año anterior).

- El **tráfico** gestionado alcanza un crecimiento interanual en 2009 del 13,8%, impulsado por el aumento del 16,4% en el tráfico de salida gracias a las iniciativas lanzadas para incentivar el consumo, fundamentalmente potenciando el efecto comunidad.
- El negocio de **datos** continúa incrementando su peso en la estructura de ingresos del negocio móvil de la Compañía y supone el 18,0% del total de ingresos de servicio en 2009 y el 19,4% de los ingresos del cuarto trimestre, con crecimientos interanuales orgánicos² de 3,6 p.p. y de 4,8 p.p., respectivamente.
- El **ARPU** refleja también una recuperación secuencial a lo largo del 2009, con un descenso en 2009 del 2,1% interanual en términos orgánicos², y del 1,2% en el cuarto trimestre. Hay que destacar que en el año 2009 el ARPU se ve afectado por las menores tarifas de interconexión, presentando el ARPU de salida crecimientos orgánicos² interanuales positivos, tanto en el cuarto trimestre como en el conjunto del año.

Con respecto al negocio fijo, las operadoras han enfocado su gestión en 2009 en la mejora constante de la calidad como palanca de transformación de la Compañía, incrementando el peso de los nuevos negocios en el portfolio de servicios. Con ello, ya cerca del 56% de los accesos de banda ancha disfrutaban de un paquete de servicios bajo alguna oferta 2P/3P (+8,0 p.p. frente a 2008). Mientras, se continúa adaptando la oferta a las nuevas necesidades de la base de clientes, con el objetivo de proporcionar estabilidad en el negocio tradicional. A final de año más del 62% de los accesos de telefonía fija disponen de algún tipo de paquete de tráfico (+2,3 p.p. respecto a diciembre de 2008). Así, la base de clientes alcanza los 33,9 millones al cierre de 2009 (34,9 millones en 2008). Por servicios:

¹ A efectos comparativos, las ganancias netas excluyen la desconexión de clientes inactivos, realizada en diciembre de 2009.

² Asumiendo tipos de cambio constantes, incluyendo Telemig en enero-marzo 2008 y excluyendo los impactos derivados del ajuste por hiperinflación en Venezuela.

- En **Banda Ancha**, el número accesos supera los 6,4 millones, y sigue registrando significativas tasas de crecimiento (+5,9% interanual), apoyado en el sólido crecimiento en Argentina (+14,4% interanual), Perú (+10,0% interanual), y Chile (+9,3% interanual). Con todo ello, la ganancia neta³ del año se sitúa en 384.448 accesos. Cabe destacar el positivo comportamiento observado en Brasil durante el cuarto trimestre del año, una vez superados los problemas de calidad que tuvieron lugar en trimestres anteriores.
- En **TV de pago**, el número de clientes se sitúa en 1,6 millones (+7,0% interanual), tras haber captado 179.556 accesos en el conjunto del año³.
- Los **accesos de telefonía fija** siguen afectados por la sustitución fijo-móvil, y se reducen un 4,2% respecto a 2008 (2,7% excluyendo la desconexión de clientes inactivos en Colombia), situándose en 24,6 millones. Hay que destacar la mejor evolución que se observa en el cuarto trimestre, en el que la pérdida de líneas es en términos comparables³ significativamente inferior a la registrada tanto en los trimestres anteriores como en el cuarto trimestre de 2008, evidenciando las mejoras de calidad implementadas en Brasil.

Gracias al positivo desempeño operativo, Telefónica Latinoamérica muestra unos sólidos resultados económico-financieros en el año. Así, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza 22.983 millones de euros en 2009, reflejando un incremento interanual del 5,3% términos orgánicos⁴ (+3,7% reportado).

Los gastos por operaciones se sitúan en 14.274 millones de euros en 2009, con un aumento interanual del 5,0% en términos orgánicos⁴ (+1,2% reportado).

El esfuerzo en la generación de eficiencias se refleja en el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)**, que registra un notable crecimiento interanual del 10,1% orgánico⁴ (+8,3% reportado), por encima del crecimiento de los ingresos, hasta alcanzar 9.143 millones de euros en 2009. Así, el margen OIBDA se sitúa en el 39,8% en 2009, con un avance de 1,7 p.p. frente al de 2008, tanto en términos orgánicos⁴ como reportados.

De forma paralela, cabe destacarse el importante crecimiento del **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** en 2009, alcanzando 5.693 millones de euros, con un aumento interanual del 29,8% en términos orgánicos⁴ (+29,1% reportado).

El buen desempeño de la Compañía es reflejo de una estrategia regional muy enfocada en las necesidades reales de nuestros clientes y, de forma paralela, de la capacidad de Telefónica Latinoamérica de adaptarse a entornos competitivos y económicos cambiantes.

Adicionalmente, y englobado en la iniciativa "Open Telefónica", se continúan explorando nuevos modelos de negocio y nuevas formas de colaboración con socios y terceros. Con ello, Telefónica se posiciona como referencia del mercado en la captura de nuevas

oportunidades y como impulsora de nuevos e innovadores servicios y aplicaciones. Estos proyectos, que abren nuevas oportunidades de futuro, generan mejoras en los resultados reportados derivados del acceso de terceros a la plataforma de servicios y al know-how o la cesión de derechos de uso y suponen una mejora en importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 117 millones de euros en 2009, y de 140 millones en el OIBDA.

Igualmente, cabe destacar, la constante apuesta de la Compañía por la mejora continua de la eficiencia reenfocando los procesos y ratios de calidad como fuente de valor. El aspecto clave es apostar por el mejor servicio del mercado como herramienta de mejora de la satisfacción de cliente y origen de eficiencia. En este sentido, la visión regional en nuestra relación con proveedores implementa mejoras en procesos críticos con una visión de medio y largo plazo y se materializa en proyectos específicos. Estas iniciativas impactan positivamente en la generación de sinergias, y por tanto, en los resultados de Telefónica Latinoamérica. En 2009 suponen una mejora en el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) de 196 millones de euros y de 217 millones de euros en el OIBDA.

Dos aspectos fundamentales en la evolución del negocio de Telefónica Latinoamérica son por un lado, la significativa aceleración en los crecimientos orgánicos⁴ desde ingresos a flujo de caja operativo (+5,3% interanual en ingresos, +10,1% en OIBDA y +29,8% en flujo de caja operativo). Y por otro, la alta diversificación geográfica del flujo de caja operativo tanto en su composición como en sus fuentes de crecimiento, siendo México (+5,9 p.p.), Brasil (+5,6 p.p.), Venezuela (+4,7 p.p.) y Argentina (+3,9 p.p.) los mercados con mayor contribución al crecimiento orgánico⁵ del flujo de caja operativo en 2009.

Brasil

En 2009 el mercado de telecomunicaciones brasileño ha seguido mostrando un elevado dinamismo y mantiene un sólido potencial de crecimiento, gracias al buen momento económico que está atravesando el país, que se posiciona como uno de los que mejor está superando la crisis a nivel mundial.

En este entorno, a cierre de 2009 Telefónica gestiona 67,0 millones de **accesos** en Brasil, con un crecimiento interanual del 10,2%, destacando la mayor actividad registrada en el segundo semestre del año, y en especial, en el cuarto trimestre, en el que la Compañía alcanza una ganancia neta de 2,8 millones de accesos (+11,1% interanual).

La telefonía móvil continúa siendo el motor del crecimiento de los accesos, aunque debe señalarse que a nivel comercial ya se están observando los resultados de las iniciativas implementadas para mejorar los niveles de calidad de los servicios de telefonía fija. Así, en el cuarto trimestre del año la actividad comercial en el negocio de banda ancha fija muestra una mejora significativa, tanto a nivel del altas como de menor churn, registrándose asimismo una mejor evolución de los accesos fijos.

³ A efectos comparativos, las ganancias netas excluyen la desconexión de clientes inactivos, realizada en diciembre de 2009.

⁴ Asumiendo tipos de cambio constantes, incluyendo Telemig en enero-marzo 2008 y excluyendo los impactos derivados del ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Como ya se señaló en trimestres anteriores, los resultados económico-financieros de Telefónica en Brasil en el año 2009 se han visto afectados por problemas operativos relacionados con la calidad del servicio y de las redes de Telesp.

Así, el importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2009 se sitúa en 8.376 millones de euros, con un crecimiento interanual del 0,9% en moneda local, observándose en el cuarto trimestre (-2,2% en moneda local) un mejor comportamiento que en el tercero (-3,0% interanual).

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2009 alcanza 3.139 millones de euros, y decrece un 3,1% en moneda local respecto a 2008 (-11,2% en el cuarto trimestre). El margen OIBDA se sitúa en el 37,5% en 2009 (-1,6 p.p. interanual) y en el 36,7% en el cuarto trimestre (-3,8 p.p. interanual).

La inversión (CapEx) alcanza 1.228 millones de euros en 2009, con una reducción interanual en moneda local del 21,1%, que viene impactada por la adquisición de licencias 3G en 2008. Así, excluyendo este efecto el CapEx mostraría un descenso interanual del 8,3% en moneda local.

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) de 2009 se sitúa en 1.911 millones de euros, un 13,5% superior en moneda local al de 2008 (+0,6% excluyendo el efecto de las licencias 3G de VIVO).

VIVO

El mercado de la telefonía móvil en Brasil alcanza 174,0 millones de accesos a cierre de 2009, con un crecimiento interanual del 15,5%, destacando la evolución que han experimentado las altas sin terminal o SIM-only a lo largo de 2009 y que han sido fundamentales en la evolución del mercado. Con ello, la tasa de penetración supera el 90% y muestra una evolución muy positiva a lo largo de 2009, con un avance respecto de 2008 de 11 p.p.

En un entorno altamente competitivo, Vivo consolida su liderazgo en Brasil, no sólo en términos de accesos –incluso con mejora de la cuota en los últimos cuatro meses del año–, calidad de servicio y satisfacción de clientes, sino también de resultados económico-financieros (ingresos y OIBDA).

El foco comercial de la Compañía en 2009 se ha basado en tres palancas clave para consolidar su liderazgo en cuota de ingresos: i) captura del crecimiento del mercado; ii) el efecto comunidad y; iii) el impulso del negocio de datos.

Así, Vivo supera a finales de 2009 los 51,7 millones de accesos, con un crecimiento interanual del 15,1%, y una cuota de mercado del 29,7%, según datos de Anatel, prácticamente estable respecto a 2008 (-0,1 p.p.). La ganancia neta en 2009 alcanza 6,8 millones de accesos, destacando el positivo comportamiento registrado en el cuarto trimestre del año, con una ganancia neta de 2,9 millones de accesos (el 42,6% del total del año), un 8,6% superior a la del mismo periodo de 2008. Igualmente, cabe destacar que la base de clientes GSM y 3G supone ya el 84,1% del parque total de Vivo.

En un mercado caracterizado por una alta rotación de los clientes, dado el crecimiento de los clientes SIM-only, Vivo mantiene el churn en el 2,5%, tanto en el conjunto del año como en el cuarto trimestre, con un mejor comportamiento respecto al año anterior (2,6% en 2008).

Por otro lado, el impulso del efecto comunidad -que reduce la exposición del negocio a la interconexión- se refleja en el importante crecimiento del tráfico on-net (+54,1% frente a 2008). Gracias a ello, el tráfico gestionado en 2009 alcanza 52.134 millones de minutos, con un aumento interanual del 28,6% (+25,1% en términos orgánicos⁵) y del 65,4% en el cuarto trimestre del año, impulsado por las campañas comerciales lanzadas por la Compañía en el último semestre del año para promover el consumo en un entorno muy competitivo.

Con respecto al negocio de datos, Vivo sigue posicionándose como líder en el mercado, con un crecimiento interanual de los ingresos de datos en 2009 del 45,8% en términos orgánicos⁶ (+72,4% en el último trimestre), impulsado por los ingresos de datos no-P2P SMS, que suponen ya el 60,7% de los ingresos de datos y reflejan el positivo comportamiento de los negocios de conectividad.

La evolución del ARPU en 2009 viene condicionada por el crecimiento de las altas SIM-only, el menor tráfico off-net y por las campañas comerciales comentadas anteriormente. Así, el ARPU de 2009 se reduce un 8,2% interanual en términos orgánicos⁶ (-9,5% en el trimestre), si bien el ARPU de salida muestra un mejor comportamiento (-3,9% en 2009 en términos orgánicos⁶ y -6,0% en el cuarto trimestre).

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) alcanza 3.036 millones de euros en 2009, con un crecimiento en moneda local del 7,4% y del 5,0% en términos orgánicos⁶ (+1,9% en el cuarto trimestre). Destaca la positiva evolución de los ingresos de servicio, que muestran un crecimiento superior al total de los ingresos, y se incrementan un 7,7% interanual en 2009 en términos orgánicos⁶ y un 4,6% en el trimestre. La evolución de los ingresos totales viene fuertemente impactada por los menores ingresos por venta de terminales (-18,0% en términos orgánicos⁶ en 2009; -19,4% en el cuarto trimestre).

Como resultado de la mayor eficiencia en costes, el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza 949 millones de euros en 2009, con un crecimiento interanual del 19,2% en moneda local (+16,4% en términos orgánicos⁶) y del 13,6% en el cuarto trimestre. Así, el margen OIBDA se sitúa en el 31,2% en 2009, con un avance de 3,1 p.p. respecto a 2008. En el cuarto trimestre el margen OIBDA alcanza el 31,9%, 3,2 p.p. superior al del mismo periodo de 2008, reflejando una mayor eficiencia en los costes comerciales, la menor morosidad y la recuperación de impuestos.

La inversión (CapEx) en 2009 asciende a 422 millones de euros. La comparación interanual está condicionada por la compra de licencias 3G completada en 2008. Excluyendo este efecto, la inversión se reduciría un 15,1% en términos orgánicos⁶.

⁵ Incluyendo Telemig en enero-marzo de 2008.

⁶ En moneda local e incluyendo Telemig en enero-marzo de 2008.

Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** asciende a 527 millones de euros en 2009, frente a 87 millones de euros registrados en 2008, mostrando un sólido aumento del 65,6% en términos orgánicos⁷ y excluyendo la compra de licencias 3G de 2008.

TELESP

Durante la segunda mitad de 2009 la Compañía ha enfocado su gestión en la mejora de los parámetros de calidad, registrándose en el cuarto trimestre del año una significativa reducción del volumen de reclamaciones presentadas ante los entes públicos y la propia Compañía, y una fuerte mejora en los niveles de satisfacción de los clientes.

De forma paralela, cabe destacar la recuperación de la actividad comercial en el cuarto trimestre, que tiende rápidamente a los niveles previos a los problemas operativos de meses anteriores.

En este contexto, Telesp gestiona a cierre de año 15,2 millones de accesos frente a 15,8 millones a cierre de 2008, afectada por el menor número de accesos de telefonía fija (-3,5% interanual).

La mejora de la calidad se refleja en la evolución de los accesos fijos en el cuarto trimestre (-68.917), trimestre en el que se registra la menor pérdida de líneas desde el tercer trimestre de 2008, con una reducción del 53,2% respecto al trimestre anterior, impulsada por el menor nivel de bajas.

En el negocio de banda ancha, Telesp gestiona 2,6 millones de accesos a finales de 2009, con un crecimiento interanual del 3,2% y una ganancia neta de 80.678 accesos en 2009. La evolución de este negocio en el año está fuertemente impactada por la paralización de las ventas impuesta por Anatel en el trimestre anterior. No obstante, una vez levantada dicha suspensión, y gracias a las medidas de mejora de la calidad implementadas por la Compañía, la ganancia neta del cuarto trimestre vuelve a la senda del crecimiento y alcanza 58.594 accesos, en un período en el que la comercialización del servicio en los canales de distribución se ha producido de forma escalonada y no se han realizado campañas de publicidad hasta el mes de diciembre.

En TV de pago, Telesp sigue orientándose a una oferta de calidad con foco en segmentos específicos de clientes, registrándose un menor nivel de actividad comercial en la segunda mitad del año como consecuencia de la decisión de Anatel comentada anteriormente -al ser un producto mayoritariamente empaquetado con accesos de banda ancha a través de ofertas 3P- y de la estrategia de la Compañía de priorizar las mejoras de calidad. Así, la Compañía gestiona 0,5 millones de accesos de TV a cierre de 2009, con un aumento interanual del 3,2% y una ganancia neta en el año de 15.020 accesos.

El **importe neto de la cifra de negocio (ingresos)** de Telesp alcanza 5.766 millones de euros en 2009, con un descenso interanual del 1,8% en moneda local (-3,8% interanual en el cuarto trimestre).

La evolución de los ingresos viene explicada por los menores ingresos de telefonía tradicional, a pesar de la creciente contribución de los nuevos negocios, foco del proceso de transformación de la Compañía. Así, el peso de los ingresos de los nuevos negocios en el conjunto del año asciende al 14,5% del total, 1,6 p.p. más que en 2008. Destaca el crecimiento interanual del 10,3% en moneda local de los ingresos de Banda Ancha, TV de pago y contenidos en 2009, a pesar de la evolución del cuarto trimestre (-1,3% en moneda local) explicada por el impacto de la suspensión del servicio y el retraso en la normalización de las ventas. Asimismo, los ingresos de Datos y TI siguen mostrando un sólido comportamiento, y aumentan un 20,7% en moneda local en 2009 (+9,3% en el trimestre).

Los ingresos de telefonía tradicional en 2009 decrecen interanualmente un 5,9% en moneda local, (-5,7% en el cuarto trimestre). La evolución anual de los ingresos refleja la fuerte sustitución fijo-móvil, que afecta tanto a la evolución de accesos tradicionales como al tráfico cursado, que también está fuertemente impactado por el impulso del tráfico on-net por parte de los operadores móviles. Igualmente, los ingresos reflejan la actualización de tarifas, que ha sido significativamente inferior en 2009 que en 2008, y que se viene aplicando desde finales del tercer trimestre de 2009 mientras que en 2008 la actualización también afectó a los tráficos fijo-móvil y fue implementada desde el mes de julio.

Por su parte, los gastos por operaciones en 2009 muestran un crecimiento interanual del 2,8% en moneda local (+3,1% en el cuarto trimestre), al no compensar la reducción de los gastos de interconexión por el menor tráfico cursado el mayor gasto asociado a la mejora de procesos de atención al cliente. Por otro lado, la provisión de tráfico se mantiene estable respecto a 2008 en el 3,1%.

En consecuencia, el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanza 2.209 millones de euros en 2009, con un descenso interanual del 8,9% en moneda local (-16,1% en el cuarto trimestre). El margen OIBDA se sitúa en el 38,3% en 2009 (-3,0 p.p interanual) y en el 38,0% en el cuarto trimestre, mostrando una estabilización en términos intertrimestrales (37,0% en el tercer trimestre). La evolución interanual viene condicionada por el mayor peso de los ingresos de nuevos negocios, que requieren mayor uso de recursos y esfuerzo comercial, y el impacto de los mayores gastos de atención al cliente y otros costes ligados a las iniciativas lanzadas para mejorar la calidad de los servicios de la Compañía.

La **inversión (CapEx)** de 2009 asciende a 806 millones de euros (-4,6% interanual en moneda local), principalmente destinada a Banda Ancha, Televisión y mejoras de calidad. Por su parte, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza los 1.403 millones de euros en el año (-11,2% interanual en moneda local).

⁷ En moneda local e incluyendo Telemig en enero-marzo de 2008.

Argentina

El mercado argentino cierra el año 2009 con elevadas tasas de crecimiento, apoyadas en la buena evolución de sus principales palancas de expansión, la telefonía móvil y la banda ancha.

En este contexto, Telefónica basa su estrategia en mejorar el valor del cliente en todos sus negocios. El efecto comunidad y el crecimiento de la banda ancha siguen siendo los motores de la buena evolución del negocio móvil, mientras que la paquetización de servicios y la configuración de ofertas de banda ancha diferenciales impulsan el crecimiento del negocio fijo.

Al cierre de 2009 la Compañía gestiona 21,9 millones de accesos, con un crecimiento interanual del 5,7% impulsado por los incrementos registrados en el negocio móvil y en banda ancha fija, manteniéndose estables los accesos de telefonía fija tradicional.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** asciende a 2.609 millones de euros en 2009, con un fuerte crecimiento interanual en moneda local del 15,3%, que se mantiene en el último trimestre del año.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** supera 986 millones de euros en el año, con un incremento interanual del 19,9% en moneda local (+11,6% en el cuarto trimestre en moneda local). Así, el margen OIBDA se sitúa en el 36,8% en el año 2009, con un avance de 1,6 p.p. frente al año anterior (-0,8 p.p. en el cuarto trimestre frente al mismo trimestre del año anterior hasta situarse en el 38,3%).

La **inversión (CapEx)** alcanza 319 millones de euros en 2009 (+3,3% en moneda local), situándose el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** en el año en 668 millones de euros, con un sólido aumento interanual del 29,8% en moneda local.

T. Móviles Argentina

El mercado de telefonía móvil presenta un elevado incremento en la penetración estimada al cierre del año 2009, situándose en el 120% (+11 p.p. interanual).

Es importante destacar el buen comportamiento de la ganancia neta en el último trimestre del año, que alcanza 478.534 accesos, lo que supone el 43,4% de la ganancia neta anual (1,1 millones de accesos), y 2,7 veces la ganancia neta del cuarto trimestre de 2008. Esta evolución se apoya tanto en unas mayores altas como en el menor churn, que se reduce 0,3 p.p. interanualmente en el trimestre hasta situarse en el 1,6% y 0,1 p.p. hasta 1,9% en el año. De este modo, Telefónica gestiona 15,9 millones de **accesos móviles** al cierre de 2009, con un crecimiento interanual del 7,4%.

El **tráfico** en el conjunto del año se sitúa en 15.562 millones de minutos, presentando un sólido crecimiento interanual del 20,2% (+15,8% en el cuarto trimestre), impulsado por el fuerte aumento del tráfico on-net (+42,2% interanual en el año).

Hay que destacar que los ingresos de datos presentan un buen comportamiento en el cuarto trimestre de 2009, alcanzando en el año un aumento del 38,2%. Así, los ingresos de datos incrementan su peso sobre los ingresos del servicio en 4,3 p.p. frente al año 2008

hasta alcanzar el 29,7% del total. Esta evolución está apoyada en el positivo comportamiento de los ingresos de datos no-P2P SMS a lo largo del año, que ya suponen un 25,4% de los ingresos de datos (+5,2 p.p. respecto a 2008), y reflejan la gran aceptación en el mercado de la oferta de banda ancha móvil de la Compañía, donde se apuesta por una oferta basada en el uso limitado con foco en el servicio y el valor del producto como complemento al servicio de banda ancha fija.

Así, el **ARPU** en 2009 se incrementa interanualmente un 10,7% en moneda local (+9,8% en el cuarto trimestre).

Los buenos resultados comerciales se reflejan en el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)**, que supera 1.643 millones de euros en el año 2009, con un crecimiento interanual del 15,8% en moneda local, impulsado por el importante incremento de los ingresos de servicio (+18,1% en el año). En el cuarto trimestre los ingresos crecen un 17,7% en moneda local, apoyado en los mayores ingresos por venta de terminales (+44,2% interanual en moneda local) y la buena evolución de los ingresos de servicio (+15,7% interanual en moneda local).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanza 606 millones de euros en 2009, con un crecimiento interanual del 31,8% en moneda local, superior al de los ingresos, (+17,7% en el cuarto trimestre en moneda local), reflejando la importante mejora de la eficiencia de la Compañía. Así, el margen OIBDA se sitúa en el 36,9% en el año y en el 40,3% en el trimestre, mostrando avances interanuales de 4,5 p.p. y 0,8 p.p., respectivamente, apoyado en la contención de los gastos comerciales derivada de las mayores altas SIM-only.

En 2009 la **inversión (CapEx)** totaliza 141 millones de euros (+2,6% interanual en moneda local), enfocada en la expansión de la red 3G con el fin de mejorar la cobertura y en el incremento de la capacidad de la red GSM. Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** asciende en el año a 465 millones de euros, con un fuerte aumento del 44,2% en moneda local respecto a 2008.

Telefónica de Argentina

Al cierre de 2009 Telefónica de Argentina gestiona casi 6 millones de accesos, con un crecimiento interanual del 1,2%, producto de la positiva evolución de los accesos de banda ancha (+14,4% interanual) y de la estabilidad de los accesos de telefonía fija tradicional, que en el cuarto trimestre del año registran una ganancia neta positiva de 10.920 accesos.

Telefónica mantiene su liderazgo en el mercado de banda ancha, tras registrar una ganancia neta en el conjunto del año de 156.346 accesos y de 51.868 accesos en el cuarto trimestre, cifra similar a la del trimestre anterior y muy superior a la del último trimestre de 2008 (+45,0%). Es importante mencionar que estos resultados vienen apoyados en la mejora del churn, como resultado de la continua mejora en la calidad de la base de clientes, requiriendo un menor esfuerzo comercial para mantener los elevados niveles de crecimiento.

La paquetización continúa siendo una de las palancas fundamentales para la estabilidad del negocio fijo tradicional y el crecimiento de la banda ancha. De esta forma, el 78% de las altas de banda

ancha del último año han contratado el servicio Dúo o paquetes que incorporan el servicio de televisión, alcanzando ya el 67% del total de accesos de banda ancha. Hay que destacar que, tras el acuerdo comercial alcanzado con Direct TV y el lanzamiento masivo del servicio de televisión de pago en el trimestre pasado, al cierre de 2009 el número de clientes con este servicio alcanza los 30.000, de los cuales el 82% son migraciones desde el servicio Dúo. De este modo, la Compañía sigue avanzando en su estrategia de fidelización de sus clientes, mejorando al mismo tiempo el valor unitario de estos.

Asimismo, hay que mencionar la mejora continua de procesos, que se refleja en el incremento de los niveles de satisfacción de cliente.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza 1.047 millones de euros en el año, con un importante aumento interanual del 13,9% en moneda local (+10,9% en el trimestre), gracias al proceso de transformación de la Compañía, apoyado en la paquetización de los servicios básicos y un mayor foco en la banda ancha. Así, los ingresos de Internet, TV y contenidos suponen ya el 21,0% del total de ingresos y mantienen un crecimiento interanual del 38,6% en moneda local en el año (+36,1% en el cuarto trimestre). Por su lado, los ingresos del negocio tradicional aumentan interanualmente un 5,6% en moneda local en el año (+2,6% en el cuarto trimestre).

Los gastos por operaciones, impactados por la inflación, crecen interanualmente en 2009 un 18,7% en moneda local y un 17,9% en el cuarto trimestre, debido en gran medida al aumento significativo de los servicios exteriores, por mayor inversión publicitaria y gastos comerciales vinculados al mayor esfuerzo comercial del trimestre, y por los ajustes derivados de la renegociación de distintos contratos. Con respecto a los niveles de morosidad, la provisión de tráfico se sitúa en el 1,4% de los ingresos en 2009 (+0,3 p.p. interanual).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de Telefónica de Argentina alcanza 380 millones de euros en el año 2009, con un incremento interanual del 4,9% en moneda local (+1,6% en el último trimestre), registrando un margen OIBDA del 32,3% en el conjunto del año (-2,1 p.p. interanual) y del 30,7% en el cuarto trimestre (-2,9 p.p. interanual).

La **inversión (CapEx)** del año sitúa en 178 millones de euros (+3,9% interanual en moneda local) y el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza 203 millones de euros, con un crecimiento del 5,7% interanual en moneda local.

Chile

El mercado de telecomunicaciones en Chile es uno de los más competitivos y desarrollados de la región, reflejándose en los altos niveles de penetración de los servicios de banda ancha y telefonía móvil.

En este entorno, y para capturar el crecimiento de manera rentable, Telefónica ha centrado su estrategia en captar el mayor número de clientes como operadora integrada fija-móvil y mantener el posicionamiento de mercado, mejorando al mismo tiempo la eficiencia de los procesos.

Debe señalarse que en 2009 la Compañía ha decidido que Movistar sea la marca única con la que Telefónica comercializará todos sus servicios en el país, reflejando ya impactos positivos en la actividad comercial y en la imagen de la Compañía en el mercado.

Al cierre de 2009 Telefónica consolida su liderazgo en el sector en Chile, con 10,7 millones de accesos totales, lo que supone un crecimiento interanual del 6,4%, impulsado por el negocio de voz y banda ancha móvil, y el de banda ancha fija. El número de accesos móviles presenta un incremento interanual del 9,5%, mientras que en banda ancha fija crece un 9,3% interanual.

Es importante destacar que los resultados económico-financieros del año 2009 están fuertemente afectados por la reducción de las tarifas como consecuencia de los decretos regulatorios en los cargos de interconexión, que entraron en vigor el 23 de enero para la terminación móvil (con disminución de tarifas del 44,6%) y el 7 de mayo para los cargos de accesos/operadoras en la telefonía fija, suponiendo una bajada de tarifas en la terminación en redes fijas.

En este entorno, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** en el año 2009 alcanza 1.831 millones de euros, con una caída interanual de 3,3% en moneda local (-7,5% en el cuarto trimestre). Excluyendo el efecto de la reducción de los cargos de interconexión, los ingresos en el conjunto del año crecerían aproximadamente un 4,7% en moneda local respecto a 2008 (+1,7% en el cuarto trimestre).

A pesar de la presión regulatoria en los ingresos, el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en 2009 se sitúa en 763 millones de euros, con un crecimiento interanual en moneda local del 5,5% (+3,3% en el cuarto trimestre), mostrando las mejoras de eficiencia alcanzadas en el año. Así, el margen OIBDA en 2009 alcanza el 41,7%, con un avance de 3,5 p.p. respecto al año 2008, situándose en el 46,6% en el cuarto trimestre del año (+4,2 p.p. respecto al cuarto trimestre de 2008).

La **inversión (CapEx)** realizada en el año 2009 totaliza 347 millones de euros, con un descenso interanual del 16,2% en moneda local, generando un **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** en 2009 de 416 millones de euros, un 34,5% superior al registrado en 2008 en moneda local.

T. Móviles Chile

El mercado de la telefonía móvil en Chile alcanza una penetración estimada del 106% al cierre del año 2009, con un crecimiento interanual de 9 p.p.

En este contexto, Movistar Chile mantiene su liderazgo competitivo, aumentando ligeramente su cuota de mercado respecto al año anterior, favorecido por su impulso a la banda ancha móvil.

La base de **clientes móviles** de la Compañía se sitúa en 7,5 millones de accesos en 2009, con un crecimiento interanual del 9,5%. En el conjunto del año la ganancia neta asciende a 649.711 accesos (+9,7% interanual), con un importante repunte de la actividad comercial en el cuarto trimestre, que se traduce en una ganancia neta de 269.249 accesos (+56,2% interanual), lo que supone el 41% del total registrado en el año.

La sólida evolución de la ganancia neta viene impulsada por la contención del churn, que en 2009 se sitúa en el 1,6%, mostrando un descenso interanual de 0,3 p.p., tanto en el conjunto del año como en el cuarto trimestre.

El **tráfico** en 2009 asciende a 10.521 millones de minutos, con un incremento interanual del 8,4%, apoyado en el tráfico de salida, principalmente del on-net, que aumenta un 10,1% respecto a 2008 (+8,8% en el cuarto trimestre).

El buen comportamiento del consumo de datos se traduce en el crecimiento del ARPU de salida, tanto en el conjunto del año como en el último trimestre. No obstante, este crecimiento es compensado por las fuertes bajadas de las tarifas de interconexión. Así, el **ARPU** en 2009 se reduce un 10,7% interanualmente en moneda local (-13,8% en el cuarto trimestre).

Es importante destacar el gran impulso de los servicios de banda ancha móvil y 3G, con una creciente contribución a los ingresos de servicio de la Compañía. Así, los ingresos de datos presentan un crecimiento interanual del 28,5% en moneda local en 2009 (+29,8% en el cuarto trimestre), hasta representar el 11,8% de los ingresos de servicio (+2,9 p.p. respecto al año 2008), de los que el 52,8% corresponden a ingresos de datos no-P2P SMS (+13,2 p.p. respecto al año 2008).

En 2009, el **importe neto de la cifra de negocio (ingresos)** alcanza 1.010 millones de euros, con un descenso interanual en moneda local del 1,8% (-6,0% en el trimestre), fuertemente impactado por las menores tarifas de interconexión. Así, los ingresos de salida, no afectados por medidas regulatorias, muestran una positiva evolución y crecen un 8,9% en moneda local en 2009 (+10,4% en el cuarto trimestre).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en 2009 asciende a 445 millones de euros, con un notable crecimiento interanual en moneda local del 13,3% (+10,9% en el trimestre), reflejo de la eficiencias en costes en el año. De este modo, el margen OIBDA en 2009 se sitúa en el 44,1%, con un avance de 5,9 p.p. respecto al año anterior (+6,9 p.p. en el cuarto trimestre).

El buen comportamiento del OIBDA y la menor **inversión (CapEx)** en 2009, que se sitúa en 185 millones de euros (-17,3% interanual

en moneda local), se traduce en un fuerte incremento del **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)**, que alcanza 260 millones de euros, con un crecimiento interanual en moneda local del 53,7%.

Telefónica Chile

A cierre de 2009 Telefónica Chile gestiona 3,1 millones de accesos, en línea con los del año anterior.

En 2009 hay que señalar el positivo comportamiento de los negocios de banda ancha y de televisión de pago, cuyos accesos presentan un crecimiento interanual del 9,3% y 8,4%, respectivamente. Destaca la ganancia neta de banda ancha en el cuarto trimestre de 2009, que alcanza 18.666 accesos, situándose en 66.664 en el conjunto del año. También hay que subrayar la mejor evolución de la ganancia neta de televisión de pago en el último trimestre, que es 2,4 veces superior a la registrada en los primeros nueve meses de 2009 (15.579 accesos en el cuarto trimestre), y alcanza en 2009 un total de 22.110 nuevos accesos.

La paquetización resulta una pieza clave para mantener y fortalecer el liderazgo de la Compañía. Así, al cierre de 2009 el 95,2% de los accesos de banda ancha tiene asociado algún servicio 2P/3P y el 65,8% del total de accesos del negocio tradicional están paquetizados.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** en 2009 se sitúa en 893 millones de euros, con un descenso interanual del 6,3% en moneda local (-11,0% en el trimestre), explicado fundamentalmente por el decreto tarifario que regula los cargos de interconexión.

Destaca la positiva evolución de los ingresos de los negocios que apoyan el proceso de transformación de la Compañía. Así, los ingresos de Internet, TV y Contenidos crecen en 2009 un 10,3% en moneda local respecto a 2008 (+5,3% en el cuarto trimestre), hasta representar el 25,8% de los ingresos totales (+3,9 p.p. respecto al cierre de 2008). Por su parte, los ingresos del negocio tradicional se reducen interanualmente en moneda local un 16,2%, como consecuencia de los menores accesos (-4,4%) y los recortes establecidos en el decreto tarifario.

Los gastos operativos en 2009 decrecen un 7,4% respecto a 2008 y un 12,6% en el último trimestre, reflejando las eficiencias de costes, principalmente en aprovisionamientos, servicios exteriores y provisión de incobrables. Así, la provisión de tráfico se sitúa en el 4,4% en 2009 (-0,5 p.p. interanual).

En consecuencia, el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanza 326 millones de euros en 2009 (-1,8% interanual en moneda local), mostrando un mejor comportamiento en el cuarto trimestre de 2009 (+0,9%). El margen OIBDA en el año se sitúa en el 36,5% (42,2% en el cuarto trimestre) con un incremento interanual de 1,7 p.p. respecto al año 2008 (+4,5 p.p. en el cuarto trimestre).

La **inversión (CapEx)** en 2009 totaliza 162 millones de euros, con una reducción del 15,0% interanual en moneda local. Así, la Compañía obtiene un **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** de 163 millones de euros, con un importante aumento del 15,9% en moneda local respecto al 2008.

Perú⁸

Las operaciones de Telefónica en Perú han mantenido en 2009 una positiva evolución, registrando un destacable crecimiento, tanto a nivel operativo como financiero. Así, a cierre de 2009 la Compañía gestiona más de 15,9 millones de accesos, con un aumento del 6,2% con respecto a 2008, impulsado por los accesos de telefonía móvil y banda ancha, que registran incrementos interanuales del 8,0% y del 10,0% respectivamente.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) alcanza 1.716 millones de euros en 2009, con un crecimiento interanual orgánico⁸ del 4,4% (+3,0% en moneda local), derivado de los mayores ingresos tanto del negocio móvil como del negocio fijo. En el trimestre los ingresos descienden un 1,7% interanual en términos orgánicos⁸.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) en 2009 se sitúa en 712 millones de euros, con un notable crecimiento interanual orgánico⁸ del 13,1% (+12,0% en moneda local), impulsado por el aumento registrado en ambos negocios (fijo y móvil). En el cuarto trimestre el OIBDA aumenta un 1,3% interanual en términos orgánicos⁸. Así, el margen OIBDA en 2009 alcanza el 41,5%, mostrando un avance interanual de 3,2 p.p. orgánico⁸ (+3,3 p.p. en moneda local), y el 42,9% en el trimestre (+1,3 p.p. interanual orgánico⁸).

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) alcanza 442 millones de euros en 2009, presentando un importante aumento interanual orgánico⁸ del 32,1% (+29,7% en moneda local), mientras que la inversión (CapEx) se sitúa en 271 millones de euros en 2009 (-8,4% interanual en moneda local).

T Móviles Perú

A cierre de 2009 la penetración estimada del mercado móvil en Perú asciende al 65%, con un aumento de 4 p.p. respecto a 2008, mostrando aún un importante potencial de crecimiento.

En 2009 Telefónica ha consolidado ampliamente su liderazgo en el mercado, siguiendo una estrategia de crecimiento rentable con foco en los clientes de valor.

La Compañía gestiona 11,5 millones de accesos a cierre de 2009 (+8,0% interanual), con una ganancia neta en el conjunto del año de 845.559 accesos, de los que casi la cuarta parte corresponden al segmento de contrato. En el cuarto trimestre la ganancia neta asciende a 337.447 accesos y muestra de nuevo una aceleración con respecto al trimestre anterior (+31,0% respecto al tercer trimestre), reflejando la mayor actividad ligada a la campaña de Navidad y el efecto positivo que la resegmentación de la oferta comercial realizada a mediados del año ha tenido sobre el volumen de altas y el churn.

Así, el churn del cuarto trimestre (2,8%) es inferior al de trimestres anteriores, situándose en 2009 en el 3,1%, en línea con 2008, y con un claro mejor comportamiento en la segunda mitad del año.

El tráfico en 2009 asciende a 11.460 millones de minutos, con un crecimiento interanual del 14,1% (+10,8% interanual en el cuarto trimestre), impulsado por el aumento del tráfico on-net como consecuencia de las políticas comerciales destinadas a potenciar el efecto comunidad.

El fuerte crecimiento del parque en los últimos doce meses impacta en el ARPU, que en 2009 se reduce interanualmente un 11,5% moneda local, mostrando una mejor evolución en el cuarto trimestre del año (-6,3% interanual en moneda local).

Con todo ello, el importe neto de la cifra de negocio (ingresos) en 2009 alcanza 840 millones de euros, con un crecimiento interanual del 6,1% en moneda local. Esta evolución viene explicada principalmente por los mayores ingresos de servicio móvil (+3,0% interanual en moneda local), en los que inciden muy positivamente los ingresos de datos. Así, el impulso de los servicios de banda ancha móvil ha permitido que los ingresos de datos en 2009 representen el 11,4% de los ingresos de servicio. Los ingresos por venta de terminales móviles crecen en el año un 15,1% en moneda local, reflejando el menor bono de tráfico entregado en el momento del alta a los nuevos clientes de prepago.

La evolución de los ingresos en el cuarto trimestre (-3,9% interanual en moneda local) se explica fundamentalmente por los menores ingresos de venta de terminales (-16,0% interanual en moneda local frente a +32,4% acumulado a septiembre) derivado del mayor peso de accesos SIM-only.

El resultado neto antes de amortizaciones (OIBDA) alcanza 327 millones de euros en 2009, con un sólido crecimiento interanual del 19,8% en moneda local, reflejo de las mejoras de eficiencia en el conjunto del año. En el cuarto trimestre el OIBDA permanece estable en términos interanuales (+0,3% en moneda local), ya que el descenso de los ingresos se compensa con eficiencias en gastos. Así, el margen OIBDA en 2009 alcanza el 38,9%, con una mejora interanual de 4,4 p.p., situándose en el 41,1% en el cuarto trimestre (+2,0 p.p. frente al mismo trimestre de 2008).

La inversión (CapEx) en 2009 totaliza 127 millones de euros, con un descenso interanual en moneda local del 14,2%. Consecuencia de todo ello, el flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) alcanza 200 millones de euros, mostrando un fuerte crecimiento interanual del 60,1% en moneda local.

⁸ Desde el 1 de enero de 2009 Medianetworks deja de ser sociedad filial de Telefónica del Perú, consolidándose a partir de esa fecha como filial de Telefónica Internacional, S.A.U. A estos efectos, y para presentar comparaciones homogéneas, las variaciones en términos orgánicos de Telefónica del Perú y, por tanto, del consolidado del país, se han calculado en moneda constante y excluyendo los resultados de Medianetworks en el ejercicio 2008.

Telefónica del Perú⁹

Telefónica del Perú continúa implementando con éxito la estrategia de transformación hacia una compañía de servicios centrada en la paquetización como palanca clave. Gracias a ello, la Compañía aumenta su base de **accesos** hasta 4,5 millones a cierre de 2009 (frente a 4,4 millones en 2008).

En el negocio de banda ancha, al cierre de 2009 la Compañía alcanza ya los 768.046 accesos, con un crecimiento interanual del 10,0%. Los accesos de TV de pago se sitúan en 686.295, con un incremento interanual comparable¹⁰ del 15,0% (+4,9% reportado), tras registrarse en el cuarto trimestre la desconexión de 66.689 accesos inactivos.

Los accesos de telefonía fija tradicional permanecen prácticamente estables en el año (-0,5% frente a 2008), gracias al aumento de los accesos de telefonía fija inalámbrica (+20,0% interanual) y a pesar del impacto de la sustitución fijo-móvil. El menor crecimiento registrado por los accesos inalámbricos en los últimos trimestres viene explicado por el nuevo modelo de comercialización del servicio dirigido a mejorar la calidad de las altas.

Como muestra de la apuesta de Telefónica por la paquetización y la segmentación de la oferta, cabe destacar que el 52% de los accesos de telefonía fija disfrutan ya de algún tipo de paquete y el 64% de los accesos de banda ancha dispone de un servicio Dúo o Trío.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** en 2009 alcanza 1.006 millones de euros, con un crecimiento interanual orgánico¹¹ del 2,8% (+0,6% en moneda local), permaneciendo prácticamente estable en el cuarto trimestre (-0,8% interanual orgánico¹¹). Destaca el avance de los nuevos negocios. Así, los ingresos de Internet, TV y contenidos aumentan interanualmente un 11,8% en 2009 en términos orgánicos¹¹ (+9,8% en el trimestre), mientras que los ingresos de alquiler de capacidad, datos y TI aumentan un 29,9% orgánico¹¹ en el año (+8,6% en el trimestre). De este modo, los ingresos de Internet, TV y contenidos representan el 32,4% de los ingresos totales en 2009 (+2,6 p.p. interanual orgánico¹¹).

Por su parte, los gastos por operaciones aumentan en términos orgánicos¹¹ un 8,8% frente a 2008, fundamentalmente por los mayores gastos de interconexión. En el cuarto trimestre los mayores gastos (+10,7% interanual orgánico¹¹) vienen explicados por el mayor gasto de interconexión, equipos e insolvencias. En 2009, la provisión de tráfico representa el 2,6% de los ingresos (-0,6 p.p. interanual orgánico¹¹).

En 2009 el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanza 386 millones de euros, con un crecimiento interanual orgánico¹¹ del 8,2% (+6,4% en moneda local). En el cuarto trimestre el OIBDA crece interanualmente un 1,6% en términos orgánicos¹¹. Así, el margen OIBDA se sitúa en el 38,3% en 2009 (+1,9 p.p. interanual orgánico¹¹; +2,1 p.p. interanual reportado) y en el 38,4% en

el cuarto trimestre (+0,9 p.p. interanual orgánico¹¹). Debe mencionarse que en 2009 el OIBDA se ve impactado positivamente por la revisión de la estimación de provisiones para adecuación de plantilla del año anterior en un importe de 9 millones de euros. Excluyendo este impacto el OIBDA se habría incrementado en 2009 un 5,6% interanual en términos orgánicos¹¹.

La **inversión (CapEx)** en 2009, destinada principalmente al desarrollo de los nuevos negocios, se sitúa en 144 millones de euros (-2,6% interanual en moneda local). Con ello, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza 241 millones de euros, mostrando un crecimiento interanual orgánico¹¹ del 15,9% (+12,6% en moneda local).

Colombia

A cierre de 2009 Telefónica gestiona en Colombia más de 11,1 millones de **accesos**, de los cuales 9,0 son clientes de telefonía móvil y 2,2 millones son accesos de la operadora fija.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza 1.269 millones de euros en 2009, con un descenso interanual del 11,6% en moneda local (-15,9% en el cuarto trimestre), explicado por los menores ingresos de los negocios de telefonía fija y móvil, si bien es destacable la estabilización del ritmo de descenso de los ingresos de este último, fruto de la mejora en la actividad comercial.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de 2009 asciende a 397 millones de euros (-20,0% interanual en moneda local), mostrando un mejor comportamiento en el último trimestre del año (-14,0% interanual en moneda local), debido a la mejor evolución del negocio móvil. Así, el margen OIBDA en el cuarto trimestre de 2009 se sitúa en el 38,0% (+0,4 p.p. interanual), y en el 31,3% en el conjunto del año (-3,3 p.p. interanual).

El **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza 81 millones de euros en 2009 (-11,3% interanual en moneda local), tras haberse registrado en el año una menor **inversión (CapEx)** (316 millones de euros; -21,9% interanual en moneda local).

T. Móviles Colombia

El mercado colombiano de la telefonía móvil ha experimentado en 2009 una contracción que ha afectado a todos los operadores. No obstante, a partir de mediados de año se ha recuperado el crecimiento de accesos, lo que ha permitido alcanzar una tasa de penetración estimada de 93%, 2 p.p. superior a la del cierre de 2008.

En 2009 Telefónica Móviles Colombia ha completado el proceso de redefinición de su oferta comercial y de reposicionamiento en el mercado, enfocado en el valor del cliente, cuyo resultado ha sido la mejora generalizada de los indicadores operativos en los últimos trimestres del año.

⁹ Dentro de los accesos de telefonía fija se incluyen la totalidad de los accesos fixed wireless de Telefónica en Perú, tanto los gestionados por el negocio fijo como los gestionados por el negocio móvil, si bien los resultados generados por los accesos fixed wireless se recogen dentro de los resultados del negocio móvil de Perú.

¹⁰ A efectos comparativos, los accesos de diciembre 2009 excluyen la desconexión de 66.689 accesos de TV de pago inactivos.

¹¹ Desde el 1 de enero de 2009 Medianetworks deja de ser sociedad filial de Telefónica del Perú, consolidándose a partir de esa fecha como filial de Telefónica Internacional, S.A.U. A estos efectos, y para presentar comparaciones homogéneas, las variaciones en términos orgánicos de Telefónica del Perú y, por tanto, del consolidado del país, se han calculado en moneda constante y excluyendo los resultados de Medianetworks en el ejercicio 2008.

Así, tras registrar una ganancia neta de 153.705 accesos en el cuarto trimestre, cambiando la tendencia de ganancias netas negativas en los tres trimestres anteriores, el parque se sitúa al cierre de 2009 en 9,0 millones de accesos (-10,0% interanual). Destaca especialmente la positiva evolución del segmento contrato, que acumula tres trimestres consecutivos de crecimiento del parque y registra en el año 125.602 nuevos clientes, mejorando el peso de los clientes de contrato en 3,2 p.p. hasta un 19,6%. Por otro lado, el segmento prepago registra en el trimestre, por primera vez en el año, una ganancia neta positiva (104.176 accesos).

En el cuarto trimestre el **churn** continúa mejorando y se sitúa en el 2,7%, mostrando una reducción interanual de 1,0 p.p. y de 0,5 p.p. con respecto al trimestre anterior. En el año el churn se sitúa en el 3,7%, estable respecto a 2008.

El **tráfico** total consolida su crecimiento en el cuarto trimestre de 2009, incrementándose un 3,3% interanualmente. Así, en el conjunto del año alcanza 13.665 millones de minutos (+0,7% interanual).

La mejor evolución del tráfico se refleja en el **ARPU** del cuarto trimestre, que se reduce un 4,1% interanual en moneda local, registrando una mejora significativa respecto a trimestres anteriores. El ARPU de 2009 muestra un descenso interanual del 10,2% en moneda local (-12,1% acumulado a septiembre).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** en 2009 asciende a 685 millones de euros, con un descenso interanual del 12,7% en moneda local (-14,3% en moneda local en el trimestre). En el año los ingresos de servicio descienden un 10,3% en moneda local, fundamentalmente por el menor número de clientes, mientras los ingresos de terminales se reducen un 40,6%, mostrando un mejor comportamiento en el cuarto trimestre (-29,8% interanual en moneda local). El mayor descenso de los ingresos de servicio en el trimestre (-13,3% en moneda local) viene impactado por la reducción de la tarifa de interconexión fijo móvil (-49,4%) efectiva desde el mes de septiembre.

Por su parte, los ingresos de datos continúan comportándose de forma positiva en el cuarto trimestre, con un crecimiento interanual del 42,7% en moneda local. Así, en 2009 los ingresos de datos alcanzan un crecimiento del 37,5% en moneda local respecto a 2008, representando en el año el 8,8% de los ingresos de servicio (+3,1 p.p. respecto al año anterior).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** muestra un mejor comportamiento que los ingresos, registrando en el cuarto trimestre un aumento interanual del 3,0% en moneda local. En 2009 se sitúa en 194 millones de euros (-3,4% interanual en moneda local), impactado por el incremento de la provisión de morosidad asociada al canal de distribución registrada el segundo trimestre del año. Así, el margen OIBDA en 2009 se sitúa en el 28,3%, mejorando 2,7 p.p. frente al año anterior (36,3% en el trimestre, +5,5 p.p. interanual).

La **inversión (CapEx)** de 2009 se reduce un 25,7% interanual en moneda local hasta 165 millones de euros, lo que permite situar el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** en 2009 en 29 millones de

euros, con una mejora significativa respecto al año anterior (-22 millones de euros).

Telefónica Telecom

Telefónica Telecom gestiona 2,2 millones de **accesos** a cierre de 2009 (2,8 millones en 2008). Esta evolución está fuertemente impactada por el ajuste realizado en el cuarto trimestre del año, que supone dar de baja 405.022 accesos inactivos (líneas fijas, accesos de banda ancha y TV de pago), sin efecto en los resultados económico-financieros de la Compañía.

En un mercado caracterizado por una fuerte presión en la sustitución fijo-móvil, debido a la reducida prima de movilidad, los accesos de telefonía básica de la Compañía en 2009 se reducen interanualmente un 12,3% en términos comparables¹² (-28,7% en términos reportados).

Por su parte, los accesos de banda ancha continúan mostrando un positivo comportamiento y alcanzan 420.263 al cierre de 2009 (+13,0% frente a 2008 en términos comparables¹²; +6,7% reportado), con una ganancia neta comparable¹² en el año de 51.038 accesos. Los accesos de TV se sitúan en 127.201 al cierre del año (-7,2% en términos comparables¹²; -10,6% reportado).

A lo largo del año la Compañía ha avanzado en su estrategia de paquetización, así en diciembre de 2009 más del 72% de los accesos de telefonía fija están paquetizados y ya el 100% de los accesos de banda ancha (+29 p.p. interanual) se incluyen bajo alguna modalidad de Dúo o Trío.

En 2009 el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** asciende a 615 millones de euros, con un descenso del 10,0% interanual en moneda local (-17,5% en el trimestre), principalmente por los menores ingresos de telefonía tradicional (-18,7% interanual en moneda local), consecuencia de la menor planta y del descenso del tráfico. Los ingresos de Internet, TV y contenidos muestran un crecimiento del 12,7% interanual en moneda local en 2009, representado el 19,8% de los ingresos totales (+4,0 p.p. interanual) mientras que los ingresos de alquiler de capacidad, datos y TI avanzan en 2009 un 3,3% interanual en moneda local.

Por su parte, los gastos por operaciones muestran en 2009 un incremento interanual del 1,8% en moneda local, principalmente por los mayores aprovisionamientos y las provisiones de tráfico, las cuales al cierre de 2009 suponen el 5,7% de los ingresos totales (+4,1 p.p. interanual).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de 2009 alcanza 203 millones de euros (-31,2% en moneda local; -27,2% en el trimestre), situándose el margen OIBDA en el año en el 33,0% (-10,2 p.p. frente a 2008). En el trimestre el margen asciende a 37,7% (-5,2 p.p. interanual).

La **inversión (CapEx)** en 2009 se sitúa en 151 millones de euros (-17,4% interanual en moneda local), ascendiendo el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** a 52 millones de euros (-53,6% interanual en moneda local).

¹² A efectos comparativos, los accesos de diciembre de 2009 excluyen la desconexión de 375.572 accesos de STB, 24.646 accesos de banda ancha y 4.804 accesos de TV de pago, todos ellos inactivos.

México

Durante el último trimestre del año 2009 México ha seguido mostrando signos de recuperación económica en sus principales indicadores, tras ser uno de los países de la región más afectados por la crisis económica.

Así, el mercado de telefonía móvil ha continuado su expansión, alcanzando una penetración estimada del 75% a finales de 2009, lo que supone un incremento de 4 p.p. respecto de diciembre de 2008.

En este contexto, en el conjunto del año Telefónica Móviles México ha obtenido unos sólidos resultados, combinando una importante mejora de su posición competitiva con una elevada generación de caja.

Durante el cuarto trimestre, marcado por la campaña de Navidad, la Compañía ha seguido con su estrategia de crecimiento rentable, destacando la buena acogida de los nuevos planes lanzados en el periodo navideño, como el plan "Pagámenos Xtra" en el segmento prepago, que ha obtenido excelentes resultados desde su introducción en el mercado. Así, a cierre de diciembre la Compañía gestiona 17,7 millones de accesos totales y 17,4 millones de accesos móviles, con crecimientos interanuales del 14,7% y del 13,5%, respectivamente.

A lo largo del año la Compañía ha continuado reforzando su posición competitiva, alcanzando en diciembre de 2009 una cuota de mercado móvil estimada del 21%, con un avance de más de 1 p.p. respecto del año anterior.

El incremento de la actividad comercial en el cuarto trimestre del año, impulsado por la Campaña de Navidad y la progresiva recuperación económica del país, se refleja en unas altas trimestrales de 1,9 millones, lo que supone un incremento en términos interanuales del 5,1%, mostrando una significativa mejora frente a trimestres anteriores (en el conjunto del año las altas se reducen un 7,0% interanual).

Cabe destacar asimismo los esfuerzos de Telefónica Móviles México para fomentar las migraciones de clientes del segmento prepago a contrato, migraciones que han sido muy positivas, especialmente en los últimos meses del año, y que se reflejan en un crecimiento interanual del parque de contrato del 19,4% en 2009, superior al del parque total.

El churn de la Compañía sigue siendo la referencia en el mercado, y se sitúa en el 2,0% en el cuarto trimestre de 2009, lo que supone una notable reducción de 0,7 p.p. respecto al mismo periodo del año anterior. En 2009 el churn asciende al 2,2%, mostrando una mejora interanual de 0,2 p.p.

De este modo, la ganancia neta móvil acentúa en el cuarto trimestre la tendencia ascendente mostrada a lo largo del año, alcanzando 882.095 accesos (+31,9% interanual; +53,2% intertrimestral). En el año, la ganancia neta se sitúa en 2,1 millones de accesos.

En términos de consumo, el tráfico en 2009 alcanza 23.186 millones de minutos, con un aumento interanual del 3,4%, destacando la aceleración en el crecimiento del tráfico en el último trimestre del año (+11,0% interanual), apoyado en la mejora del tráfico de salida, que crece un 11,5% respecto del mismo periodo del año 2008.

El ARPU en el conjunto del año 2009 decrece interanualmente un 3,3% en moneda local (-3,1% en el trimestre en moneda local).

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2009 registra un importante crecimiento interanual del 10,0% en moneda local (+10,7% en el cuarto trimestre), alcanzando 1.552 millones de euros. Esta evolución viene explicada por el fuerte incremento de los ingresos de servicio, que aumentan un 17,8% respecto a 2008 en moneda local (+15,4% interanual en el cuarto trimestre), y más que compensan los menores ingresos por venta de terminales, que ralentizan su caída interanual en el último trimestre (-17,2% frente a -33,7% en el acumulado del año, ambos en moneda local).

La mayor escala del negocio en México y las mejoras de eficiencia impulsan el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), que en 2009 muestra un destacado incremento del 55,2% en moneda local respecto al ejercicio 2008, alcanzando 564 millones de euros. Así, el margen OIBDA se sitúa en 2009 en el 36,3%, mostrando un significativo avance interanual de 10,6 p.p.

La inversión (CapEx) en 2009 asciende a 251 millones de euros, con una reducción interanual del 8,6% en moneda local.

Como consecuencia de la importante mejora del OIBDA y la menor inversión, la Compañía ha multiplicado por más de tres veces y media en moneda local el flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) del año 2008, alcanzando 313 millones de euros en 2009.

Venezuela¹³

El mercado venezolano alcanza una penetración estimada del 101% a cierre del año 2009, con un ligero avance frente a diciembre de 2008.

En el año 2009 Telefónica Móviles Venezuela continúa mostrando un positivo desempeño operativo, resultado de una estrategia enfocada en la maximización del valor y fidelización del cliente a través de una oferta integral de servicios (telefonía móvil, fija, banda ancha y televisión), y una actividad de captación selectiva.

Así, la Compañía alcanza un total de 11,8 millones de accesos, contando con 10,5 millones de accesos móviles a cierre de 2009.

Gracias a la estrategia de captación selectiva, el **churn** mantiene una positiva evolución, con descensos interanuales de 0,3 p.p., tanto en el trimestre como en el conjunto del año, situándose en el 2,4% en 2009 (2,6% en el trimestre). Así, a pesar del mejor comportamiento del churn y como resultado de las menores altas, la ganancia neta móvil en 2009 se sitúa en -52.622 accesos (-82.397 accesos en el trimestre).

Con respecto al uso de las redes, el **tráfico** en 2009 asciende a 14.951 millones de minutos, prácticamente plano frente al registrado en 2008 (-5,1% en el trimestre).

Por su parte, el **ARPU** mantiene su positiva tendencia, con un crecimiento orgánico¹³ interanual del 19,8% en el cuarto trimestre de 2009 y del 19,2% en el año, impulsado fundamentalmente por el sólido crecimiento de los servicios de datos.

Así, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza 3.773 millones de euros en 2009, con un incremento orgánico¹³ interanual del 20,4%, apoyado en el fuerte aumento de los ingresos de servicio, que crecen un 24,2% en el conjunto del año en términos orgánicos¹³. En el cuarto trimestre los ingresos aumentan un 9,4% interanual orgánico¹³, impactados por las menores de ventas de terminales, ya que los ingresos de servicio siguen mostrando un notable incremento (+17,6% orgánico¹³).

Cabe destacar que el negocio de datos móviles se consolida como uno de los principales impulsores del crecimiento de la Compañía y continúa registrando fuertes avances. Así, los ingresos de datos alcanzan un crecimiento orgánico¹³ del 52,4% en 2009 frente a 2008, representando el 27,1% de los ingresos de servicio en 2009 (+5,0 p.p. frente a 2008).

El foco de la Compañía en un crecimiento rentable permite que el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcance 1.818 millones de euros en 2009, con un crecimiento orgánico¹³ interanual del 25,4% en el conjunto del año y prácticamente plano (-0,9%) en el último trimestre. El margen OIBDA en 2009 se sitúa en el 48,2% (45,0% en el cuarto trimestre), con un avance de 2,0 p.p. frente al 2008 en términos orgánicos¹³.

El **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza 1.395 millones de euros en 2009, con un importante crecimiento orgánico¹³ del 19,9% frente al año 2008, en un año en que se ha realizado un fuerte esfuerzo inversor. Así, las **inversiones (CapEx)** en 2009 se incrementan un 45,2% en términos orgánicos¹³ respecto al ejercicio anterior, como resultado de la mejora de la cobertura y despliegue de las redes GSM y 3G y el servicio de TV por satélite.

Los impactos derivados de los ajustes por hiperinflación suponen en 2009 aumentar los ingresos en 263 millones de euros, y el OIBDA en 64 millones de euros.

Centroamérica

Los mercados en los que opera Telefónica en Centroamérica alcanzan una tasa estimada de penetración de telefonía móvil del 90% al cierre del año 2009, con un crecimiento interanual de 9 p.p.

A finales de diciembre de 2009, Telefónica Centroamérica gestiona 6,3 millones de **accesos totales**, con un crecimiento interanual del 1,8%. Los accesos móviles ascienden a 5,8 millones, con una ganancia neta en el año de 220.495 accesos¹⁴. Cabe destacar los mejores resultados comerciales registrados en el cuarto trimestre del año, que se traducen en una fuerte ganancia neta, frente a la pérdida neta registrada hasta septiembre. Así, en el último trimestre la base de clientes en la región se incrementa en 150.690 accesos móviles, después de desconectar 116.000 líneas CDMA inactivas en Guatemala, sin efecto en ingresos. La Compañía tiene previsto el cierre de su red CDMA en este país en el primer trimestre de 2010.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza en el año 565 millones de euros, con un descenso interanual de 2,5% en moneda constante, tras registrar una importante mejora de los ingresos en el cuarto trimestre (+7,6% interanual en moneda constante), ligada a la mayor actividad comercial.

¹³ A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda local de las partidas afectadas por el ajuste por hiperinflación se reportan excluyendo el impacto de dicho ajuste.

¹⁴ A efectos comparativos, la ganancia neta de 2009 excluye la desconexión de 116.000 accesos móviles inactivos en Guatemala.

El continuo esfuerzo en la generación de eficiencias, permiten a la Compañía alcanzar un **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de 241 millones en 2009, registrando un crecimiento interanual en moneda constante del 9,0% (+7,5% en el trimestre). El margen OIBDA se sitúa en el 42,6% en el año (43,4% en el trimestre), con un notable avance interanual de 4,4 p.p.

El **flujo de caja operativo (OIBDA – CapEx)** alcanza 154 millones de euros en el conjunto del año 2009, un 49,7% superior al del año anterior en moneda constante, basado tanto en la mejora del OIBDA como en la menor **inversión (CapEx)**, que en 2009 se reduce un 26,4% frente a 2008 en moneda constante. Durante el cuarto trimestre 2009 se ha procedido a la renovación de la licencia en Nicaragua por un valor equivalente a 10 millones de euros. Excluyendo este impacto, el flujo de caja operativo hubiera aumentado un 59,2% en moneda constante frente al año anterior y el CapEx se hubiera reducido un 35,0% en términos constantes interanualmente.

Ecuador

El mercado de telefonía móvil en Ecuador alcanza una penetración estimada del 93% al cierre de 2009.

En este contexto, a finales de diciembre Telefónica Móviles Ecuador gestiona 3,8 millones de accesos totales y 3,7 millones de **accesos móviles**, con un crecimiento interanual del 18,5% y del 19,2%, respectivamente.

En un entorno de mayor actividad comercial, la ganancia neta móvil continúa la tendencia ascendente mostrada a lo largo del año, situándose en 269.928 accesos en el cuarto trimestre de 2009 (+63,5% interanual) y en 599.239 en el conjunto del año (+10,7% frente al año 2008).

Esta evolución viene apoyada en la mejora del **churn** de la Compañía, que en el cuarto trimestre de 2009 se sitúa en el 2,1%, con una notable reducción interanual de 2,1 p.p., y en el año asciende al 2,4%, con una caída de 1,2 p.p. respecto a 2008.

En términos de consumo, el **tráfico** en 2009 alcanza 3.744 millones de minutos, con un aumento interanual del 33,7% (+23,2% en el último trimestre), apoyado en el fuerte aumento del tráfico de salida del 41,6% respecto al año 2008.

El **ARPU** en 2009 registra un descenso interanual del 3,8% en moneda local, apoyado en un mejor comportamiento en el cuarto trimestre (-5,1% en moneda local frente a -6,3% en el tercer trimestre).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** en 2009 permanece prácticamente estable respecto al año anterior (+0,6% interanual en moneda local) y se sitúa en 337 millones de euros, impactado por las menores ventas de terminales. Debe señalarse el importante incremento de los ingresos de servicio, que aumentan un 9,5% en moneda local en el conjunto del año, destacando el mejor comportamiento registrado en el cuarto trimestre (+12,3% respecto al año anterior, más que duplicando la tasa de crecimiento del tercer trimestre).

La escala de la Compañía y los esfuerzos centrados en la mejora de eficiencia han permitido que el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en 2009 se incremente un 3,0% en moneda local respecto al ejercicio 2008, alcanzando 100 millones de euros. Así, el margen de OIBDA se sitúa en 2009 en el 29,7%, con un avance interanual de 0,7 p.p.

La **inversión (CapEx)** en 2009 asciende a 83 millones de euros, con una reducción interanual del 36,8% en moneda local. Conviene recordar que en el año 2008 se registraron 61 millones de euros asociados a la renovación de la concesión de las licencias de telefonía móvil y de larga distancia internacional hasta 2023. Excluyendo esta renovación, el CapEx hubiera aumentado un 25,0% en moneda local.

Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** en el conjunto del año 2009 asciende a 17 millones de euros (-32 millones de euros reportado en 2008; +29 millones de euros excluyendo las mencionadas licencias).

Telefónica Latinoamérica Accesos

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados (Miles)						
Accesos Clientes Finales	158.200,1	159.401,5	160.749,5	163.656,9	168.531,1	6,5
Accesos de telefonía fija ¹	25.644,5	25.517,1	25.391,2	25.108,4	24.578,3	(4,2)
Accesos de datos e internet	7.629,8	7.611,1	7.662,5	7.555,5	7.605,2	(0,3)
Banda estrecha ²	1.445,8	1.306,4	1.207,7	1.147,4	1.070,6	(25,9)
Banda ancha ^{3,4}	6.067,0	6.208,9	6.352,2	6.304,1	6.426,8	5,9
Otros ⁵	117,0	95,8	102,6	104,0	107,8	(7,8)
Accesos móviles	123.385,2	124.658,3	126.016,4	129.300,0	134.698,9	9,2
Prepago	102.329,7	103.333,4	104.298,9	107.017,2	111.503,6	9,0
Contrato	21.055,5	21.324,9	21.717,5	22.282,9	23.195,4	10,2
TV de Pago	1.540,5	1.615,1	1.679,4	1.692,9	1.648,6	7,0
Accesos Mayoristas	59,0	58,5	58,1	57,1	56,1	(4,9)
Total Accesos Grupo	158.259,0	159.460,0	160.807,7	163.714,0	168.587,2	6,5

1 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless".

2 Incluye ISP de banda estrecha de Terra Brasil y Terra Colombia.

3 Incluye ISP de banda ancha de Terra Brasil y Terra México.

4 Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

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

Nota:

Los accesos de diciembre 2009 recogen la desconexión de clientes inactivos en Colombia, Perú y Guatemala.

Telefónica Latinoamérica Resultados Consolidados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	22.983	22.174	3,7	6.334	5.863	8,0
Trabajos para inmovilizado	112	108	3,8	31	27	16,5
Gastos por operaciones	(14.274)	(14.098)	1,2	(4.016)	(3.629)	10,7
Otros ingresos (gastos) netos	308	180	71,6	171	81	111,1
Resultado de enajenación de activos	15	81	(81,8)	7	74	(90,6)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(2)	(0)	n.s.	3	(0)	c.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	9.143	8.445	8,3	2.529	2.416	4,7
Margen OIBDA	39,8%	38,1%	1,7 p.p.	39,9%	41,2%	(1,3 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(3.793)	(3.645)	4,1	(1.014)	(928)	9,3
Resultado operativo (OI)	5.350	4.800	11,5	1.515	1.488	1,8

Notas:

- OIBDA y OI se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- A partir de abril de 2008 el perímetro de consolidación de Vivo incluye Telemig.
- Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Telefónica Latinoamérica
Accesos por países (I)

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados (Miles)						
Brasil						
Accesos Clientes Finales	60.704,9	61.332,8	62.418,5	64.119,3	66.925,7	10,2
Accesos de telefonía fija ¹	11.661,9	11.578,3	11.469,9	11.322,8	11.253,8	(3,5)
Accesos de datos e internet	3.625,8	3.610,7	3.615,0	3.440,5	3.440,2	(5,1)
Banda estrecha	996,4	882,9	811,5	785,2	723,1	(27,4)
Banda ancha ²	2.557,8	2.659,2	2.728,7	2.579,8	2.638,4	3,2
Otros ³	71,6	68,6	74,8	75,5	78,7	9,8
Accesos móviles	44.945,0	45.641,5	46.819,3	48.847,2	51.744,4	15,1
Prepago	36.384,0	36.847,3	37.775,5	39.580,5	41.960,7	15,3
Contrato	8.561,0	8.794,1	9.043,8	9.266,7	9.783,7	14,3
TV de Pago	472,2	502,4	514,3	508,8	487,2	3,2
Accesos Mayoristas	34,1	34,9	34,7	34,6	34,2	0,0
Total Accesos	60.739,1	61.367,7	62.453,2	64.153,9	66.959,8	10,2
Argentina						
Accesos Clientes Finales	20.717,0	20.856,7	20.969,9	21.360,8	21.890,7	5,7
Accesos de telefonía fija ¹	4.603,1	4.592,3	4.585,6	4.596,8	4.607,7	0,1
Fixed wireless	22,4	26,0	31,2	33,4	36,2	61,7
Accesos de datos e internet	1.284,3	1.262,0	1.267,9	1.310,6	1.351,0	5,2
Banda estrecha	182,8	156,0	140,7	124,1	112,7	(38,4)
Banda ancha ²	1.082,0	1.106,0	1.127,2	1.186,5	1.238,3	14,4
Otros ³	19,5	0,0	0,0	0,0	0,0	n.s.
Accesos móviles	14.829,6	15.002,4	15.116,4	15.453,4	15.931,9	7,4
Prepago	9.687,6	9.889,2	10.057,7	10.349,7	10.736,8	10,8
Contrato	5.142,0	5.113,2	5.058,7	5.103,8	5.195,2	1,0
Accesos Mayoristas	10,0	9,5	9,7	9,8	9,3	(6,8)
Total Accesos	20.726,9	20.866,1	20.979,5	21.370,6	21.900,0	5,7
Chile						
Accesos Clientes Finales	10.002,7	10.078,5	10.208,5	10.364,0	10.645,0	6,4
Accesos de telefonía fija ¹	2.121,0	2.088,5	2.069,2	2.048,9	2.028,0	(4,4)
Accesos de datos e internet	743,8	741,3	767,2	790,2	807,2	8,5
Banda estrecha	18,7	20,1	18,7	17,4	15,9	(15,2)
Banda ancha ²	716,6	712,8	740,3	764,6	783,2	9,3
Otros ³	8,6	8,5	8,3	8,3	8,1	(5,2)
Accesos móviles	6.875,0	6.986,0	7.104,4	7.255,4	7.524,7	9,5
Prepago	4.956,0	5.030,6	5.078,0	5.179,8	5.435,9	9,7
Contrato	1.919,0	1.955,3	2.026,4	2.075,7	2.088,8	8,8
TV de Pago	263,0	262,8	267,6	269,5	285,1	8,4
Accesos Mayoristas	11,5	10,5	10,0	8,9	8,9	(23,2)
Total Accesos	10.014,3	10.089,1	10.218,5	10.373,0	10.653,8	6,4

1 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless".

2 Incluye ADSL, cable modem y circuitos de banda ancha.

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

Telefónica Latinoamérica Accesos por países (II)

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados (Miles)						
Perú						
Accesos Clientes Finales	14.982,6	15.221,8	15.414,6	15.680,8	15.916,3	6,2
Accesos de telefonía fija ¹	2.986,5	3.029,3	3.068,7	3.041,6	2.971,2	(0,5)
Fixed wireless	485,5	555,5	610,5	620,1	582,7	20,0
Accesos de datos e internet	728,9	755,4	779,4	795,0	800,6	9,8
Banda estrecha	17,7	22,5	20,3	17,5	16,9	(4,4)
Banda ancha ²	698,4	719,0	745,0	762,5	768,0	10,0
Otros ³	12,8	13,8	14,2	15,0	15,6	22,1
Accesos móviles	10.612,7	10.756,2	10.863,2	11.120,8	11.458,2	8,0
Prepago	9.575,2	9.667,4	9.726,9	9.940,0	10.214,2	6,7
Contrato	1.037,5	1.088,9	1.136,3	1.180,8	1.244,1	19,9
TV de Pago ⁴	654,5	680,9	703,2	723,4	686,3	4,9
Accesos Mayoristas	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	21,9
Total Accesos	14.983,0	15.222,3	15.415,0	15.681,2	15.916,8	6,2
Colombia (5)						
Accesos Clientes Finales	12.800,5	12.625,5	11.792,4	11.462,3	11.159,9	(12,8)
Accesos de telefonía fija ¹	2.299,2	2.247,2	2.182,9	2.074,4	1.639,8	(28,7)
Accesos de datos e internet	395,9	427,0	437,7	441,2	428,4	8,2
Banda estrecha	0,3	8,9	7,7	6,4	5,9	n.s.
Banda ancha ²	393,9	416,0	427,8	432,6	420,3	6,7
Otros ³	1,7	2,0	2,2	2,2	2,2	26,7
Accesos móviles	9.963,1	9.805,8	9.028,0	8.810,9	8.964,6	(10,0)
Prepago	8.327,3	8.206,1	7.409,6	7.099,0	7.203,2	(13,5)
Contrato	1.635,8	1.599,6	1.618,4	1.711,8	1.761,4	7,7
TV de Pago	142,3	145,6	143,8	135,9	127,2	(10,6)
Accesos Mayoristas	2,9	3,2	3,2	3,3	3,3	13,0
Total Accesos	12.803,4	12.628,7	11.795,6	11.465,6	11.163,2	(12,8)
México						
Accesos móviles	15.330,6	15.517,7	15.942,5	16.518,4	17.400,5	13,5
Prepago	14.432,4	14.623,0	15.026,6	15.557,1	16.328,3	13,1
Contrato	898,1	894,7	915,9	961,2	1.072,1	19,4
Fixed Wireless	133,6	167,9	203,3	249,8	334,3	150,3
Total Accesos	15.464,2	15.685,6	16.145,9	16.768,1	17.734,8	14,7
Venezuela						
Accesos móviles	10.584,0	10.679,5	10.752,9	10.613,8	10.531,4	(0,5)
Prepago	9.970,7	10.070,2	10.139,0	9.988,7	9.891,1	(0,8)
Contrato	613,3	609,3	613,9	625,1	640,3	4,4
Fixed Wireless	1.312,8	1.291,5	1.290,3	1.237,7	1.214,3	(7,5)
TV de Pago	8,5	23,4	50,4	55,4	62,8	n.s.
Total Accesos	11.905,3	11.994,4	12.093,5	11.906,9	11.808,5	(0,8)

1 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless".

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

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

4 En diciembre de 2009 se ha registrado la desconexión de 66.689 accesos de TV de pago inactivos en Perú.

5 En diciembre de 2009 se ha registrado la desconexión en Colombia de 375.572 accesos de STB, 24.646 accesos de banda ancha y 4.804 accesos de TV de pago, todos ellos inactivos.

Telefónica Latinoamérica
Accesos por países (III)

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados (Miles)						
Centroamérica¹						
Accesos de telefonía fija ²	437,2	441,1	444,9	456,0	444,5	1,7
Fixed Wireless	278,7	288,7	288,3	287,6	331,9	19,1
Accesos de datos e internet	18,4	17,6	16,6	15,7	14,7	(20,3)
Banda ancha ³	16,5	15,6	14,6	13,5	12,6	(23,8)
Otros ⁴	1,9	2,0	2,0	2,2	2,1	9,3
Accesos móviles	5.702,0	5.630,2	5.605,7	5.655,8	5.806,5	1,8
Prepago ⁵	5.315,3	5.242,7	5.213,4	5.252,7	5.385,2	1,3
Contrato	386,7	387,5	392,3	403,1	421,3	8,9
Total Accesos	6.157,6	6.089,0	6.067,3	6.127,5	6.265,8	1,8
Ecuador						
Accesos móviles	3.122,5	3.179,2	3.253,3	3.451,8	3.721,8	19,2
Prepago	2.650,5	2.711,6	2.772,1	2.952,9	3.193,9	20,5
Contrato	472,0	467,6	481,2	499,0	527,9	11,8
Fixed Wireless	89,4	81,0	76,3	80,6	84,7	(5,3)
Total Accesos	3.211,9	3.260,2	3.329,6	3.532,5	3.806,4	18,5
Uruguay						
Accesos móviles	1.420,7	1.459,9	1.530,8	1.572,5	1.614,9	13,7
Prepago	1.030,6	1.045,4	1.100,1	1.116,8	1.154,3	12,0
Contrato	390,1	414,5	430,7	455,7	460,6	18,1
Total Accesos	1.420,7	1.459,9	1.530,8	1.572,5	1.614,9	13,7

1 Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador y Nicaragua.

2 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless".

3 Fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

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

5 En diciembre de 2009 se ha registrado la desconexión de 116.000 accesos móviles prepago inactivos en Guatemala.

Telefónica Latinoamérica

Datos operativos operadoras móviles por país

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados						
Brasil						
Tráfico (millones de minutos)	10.990	10.344	10.918	12.689	18.181	65,4
ARPU (EUR)	10,0	9,0	9,7	10,2	10,4	(9,5)
Argentina						
Tráfico (millones de minutos)	3.673	3.485	3.744	4.080	4.253	15,8
ARPU (EUR)	9,8	9,3	8,6	8,1	8,5	9,8
Chile						
Tráfico (millones de minutos)	2.583	2.537	2.553	2.632	2.799	8,4
ARPU (EUR)	11,7	11,0	10,4	10,5	11,0	(13,8)
Perú						
Tráfico (millones de minutos)	2.745	2.809	2.792	2.817	3.042	10,8
ARPU (EUR)	6,1	5,5	5,6	5,3	5,6	(6,3)
Colombia						
Tráfico (millones de minutos)	3.585	3.265	3.208	3.489	3.703	3,3
ARPU (EUR)	6,2	5,4	5,7	6,3	6,2	(4,1)
México						
Tráfico (millones de minutos)	5.591	5.378	5.720	5.881	6.208	11,0
ARPU (EUR)	7,9	6,7	7,3	6,8	6,7	(3,1)
Venezuela						
Tráfico (millones de minutos)	3.958	3.767	3.692	3.735	3.758	(5,1)
ARPU (EUR) ¹	20,3	21,0	20,6	21,1	22,2	19,8
Centroamérica						
Tráfico (millones de minutos)	1.724	1.690	1.691	1.722	1.766	2,4
ARPU (EUR)	7,9	7,5	7,2	6,6	6,5	(8,8)
Ecuador						
Tráfico (millones de minutos)	869	802	902	970	1.071	23,2
ARPU (EUR)	7,4	7,3	6,9	6,6	6,3	(5,1)
Uruguay						
Tráfico (millones de minutos)	643	616	628	685	718	11,6
ARPU (EUR)	8,7	8,9	8,1	8,2	9,4	4,8

1 A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda local del ARPU de Venezuela, se reportan excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual del trimestre.
- Tráfico se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una única vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMs, interconexión de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Telefónica Latinoamérica
Datos operativos operadoras móviles por país

	enero - diciembre		
	2009	2008	% Var
Datos no auditados			
Brasil¹			
Tráfico (millones de minutos)	52.134	40.547	28,6
ARPU (EUR)	9,9	11,2	(8,6)
Argentina			
Tráfico (millones de minutos)	15.562	12.941	20,2
ARPU (EUR)	8,6	8,7	10,7
Chile			
Tráfico (millones de minutos)	10.521	9.703	8,4
ARPU (EUR)	10,7	12,3	(10,7)
Perú			
Tráfico (millones de minutos)	11.460	10.039	14,1
ARPU (EUR)	5,5	6,0	(11,5)
Colombia			
Tráfico (millones de minutos)	13.665	13.568	0,7
ARPU (EUR)	5,9	6,8	(10,2)
México			
Tráfico (millones de minutos)	23.186	22.431	3,4
ARPU (EUR)	6,9	8,2	(3,3)
Venezuela			
Tráfico (millones de minutos)	14.951	14.993	(0,3)
ARPU (EUR) ²	21,2	16,9	19,2
Centroamérica			
Tráfico (millones de minutos)	6.868	7.174	(4,3)
ARPU (EUR)	6,9	7,4	(8,7)
Ecuador			
Tráfico (millones de minutos)	3.744	2.800	33,7
ARPU (EUR)	6,8	6,7	(3,8)
Uruguay			
Tráfico (millones de minutos)	2.646	1.823	45,1
ARPU (EUR)	8,7	8,4	5,2

1 Incluye Telemig desde abril de 2008.

2 A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda local del ARPU de Venezuela, se reportan excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual del periodo enero-diciembre.
- Tráfico se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una única vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Telefónica Latinoamérica

Datos financieros seleccionados (I)

	enero - diciembre				octubre - diciembre			
	2009	2008	% Var	% Var M Local	2009	2008	% Var	% Var M Local
Datos no auditados (Millones de euros)								
Brasil								
Importe neto de la cifra de negocios	8.376	8.606	(2,7)	0,9	2.305	2.041	12,9	(2,2)
OIBDA	3.139	3.359	(6,6)	(3,1)	845	826	2,2	(11,2)
Margen OIBDA	37,5%	39,0%	(1,6 p.p.)		36,7%	40,5%	(3,8 p.p.)	
CapEx	1.228	1.614	(23,9)	(21,1)	438	507	(13,7)	(20,8)
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.911	1.745	9,5	13,5	407	319	27,5	3,0
Vivo¹								
Importe neto de la cifra de negocios	3.036	2.932	3,6	7,4	851	730	16,6	1,9
OIBDA	949	825	15,0	19,2	271	209	29,5	13,6
Margen OIBDA	31,2%	28,2%	3,1 p.p.		31,9%	28,7%	3,2 p.p.	
CapEx	422	739	(42,9)	(40,8)	129	210	(38,6)	(45,0)
OpCF (OIBDA-CapEx)	527	87	n.s.	n.s.	142	(1)	c.s.	c.s.
Telesp								
Importe neto de la cifra de negocios	5.766	6.085	(5,3)	(1,8)	1.568	1.405	11,6	(3,8)
OIBDA	2.209	2.515	(12,1)	(8,9)	596	617	(3,4)	(16,1)
Margen OIBDA	38,3%	41,3%	(3,0 p.p.)		38,0%	43,9%	(5,9 p.p.)	
CapEx	806	875	(8,0)	(4,6)	309	297	3,9	(3,4)
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.403	1.639	(14,4)	(11,2)	287	320	(10,2)	(27,0)
Argentina								
Importe neto de la cifra de negocios	2.609	2.527	3,2	15,3	661	725	(8,9)	15,3
OIBDA	986	919	7,3	19,9	260	291	(10,9)	11,6
Margen OIBDA ²	36,8%	35,2%	1,6 p.p.		38,3%	39,1%	(0,8 p.p.)	
CapEx	319	344	(7,5)	3,3	125	157	(20,4)	(5,2)
OpCF (OIBDA-CapEx)	668	574	16,2	29,8	135	134	0,2	32,1
T. Móviles Argentina								
Importe neto de la cifra de negocios	1.643	1.585	3,6	15,8	426	457	(6,8)	17,7
OIBDA	606	514	18,0	31,8	172	181	(4,8)	17,7
Margen OIBDA	36,9%	32,4%	4,5 p.p.		40,3%	39,5%	0,8 p.p.	
CapEx	141	154	(8,2)	2,6	54	99	(45,4)	(35,7)
OpCF (OIBDA-CapEx)	465	360	29,1	44,2	118	82	44,4	86,3
Telefónica de Argentina								
Importe neto de la cifra de negocios	1.047	1.027	1,9	13,9	254	291	(12,8)	10,9
OIBDA	380	405	(6,1)	4,9	88	111	(20,7)	1,6
Margen OIBDA ²	32,3%	34,4%	(2,1 p.p.)		30,7%	33,6%	(2,9 p.p.)	
CapEx	178	191	(7,0)	3,9	71	58	22,3	48,7
OpCF (OIBDA-CapEx)	203	214	(5,4)	5,7	17	53	(67,8)	(50,7)
Chile								
Importe neto de la cifra de negocios	1.831	1.936	(5,4)	(3,3)	480	474	1,3	(7,5)
OIBDA	763	740	3,1	5,5	224	201	11,4	3,3
Margen OIBDA	41,7%	38,2%	3,5 p.p.		46,6%	42,4%	4,2 p.p.	
CapEx	347	423	(18,1)	(16,2)	121	134	(9,5)	(14,5)
OpCF (OIBDA-CapEx)	416	316	31,5	34,5	103	67	53,1	37,1
T. Móviles Chile								
Importe neto de la cifra de negocios	1.010	1.051	(3,9)	(1,8)	271	264	2,5	(6,0)
OIBDA	445	402	10,8	13,3	135	114	19,0	10,9
Margen OIBDA	44,1%	38,2%	5,9 p.p.		49,9%	43,0%	6,9 p.p.	
CapEx	185	228	(19,1)	(17,3)	50	70	(28,2)	(32,8)
OpCF (OIBDA-CapEx)	260	173	50,3	53,7	85	44	94,1	78,8
Telefónica Chile								
Importe neto de la cifra de negocios	893	974	(8,4)	(6,3)	228	233	(2,2)	(11,0)
OIBDA	326	339	(4,0)	(1,8)	96	88	9,4	0,9
Margen OIBDA	36,5%	34,8%	1,7 p.p.		42,2%	37,7%	4,5 p.p.	
CapEx	162	195	(16,8)	(15,0)	71	64	11,0	5,5
OpCF (OIBDA-CapEx)	163	144	13,4	15,9	25	24	5,3	(10,5)

Nota:

OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

1 50% de Vivo. Incluye Telemig a partir de abril de 2008.

2 Margen sobre ingresos incluye interconexión fijo-móvil.

Telefónica Latinoamérica
Datos financieros seleccionados (II)

	enero - diciembre				octubre - diciembre			
	2009	2008	% Var	% Var M Local	2009	2008	% Var	% Var M Local
Datos no auditados (Millones de euros)								
Perú								
Importe neto de la cifra de negocios	1.716	1.627	5,5	3,0	430	459	(6,4)	(3,0)
OIBDA	712	621	14,7	12,0	184	189	(2,4)	0,6
Margen OIBDA	41,5%	38,2%	3,3 p.p.		42,9%	41,1%	1,7 p.p.	
CapEx	271	289	(6,2)	(8,4)	144	160	(9,8)	(10,3)
OpCF (OIBDA-CapEx)	442	332	32,8	29,7	40	29	38,9	73,7
T. Móviles Perú								
Importe neto de la cifra de negocios	840	773	8,6	6,1	213	229	(6,9)	(3,9)
OIBDA	327	266	22,6	19,8	87	89	(2,2)	0,3
Margen OIBDA	38,9%	34,4%	4,4 p.p.		41,1%	39,1%	2,0 p.p.	
CapEx	127	144	(12,2)	(14,2)	76	85	(11,5)	(12,3)
OpCF (OIBDA-CapEx)	200	122	63,9	60,1	12	4	199,2	n.s.
Telefónica del Perú¹								
Importe neto de la cifra de negocios	1.006	977	3,0	0,6	248	266	(6,7)	(3,1)
OIBDA	386	354	8,9	6,4	95	99	(3,4)	0,1
Margen OIBDA	38,3%	36,2%	2,1 p.p.		38,4%	37,1%	1,3 p.p.	
CapEx	144	144	(0,3)	(2,6)	69	75	(7,9)	(8,1)
OpCF (OIBDA-CapEx)	241	209	15,3	12,6	27	24	10,4	29,1
Colombia								
Importe neto de la cifra de negocios	1.269	1.490	(14,9)	(11,6)	315	359	(12,3)	(15,9)
OIBDA	397	515	(23,0)	(20,0)	120	135	(11,4)	(14,0)
Margen OIBDA	31,3%	34,6%	(3,3 p.p.)		38,0%	37,6%	0,4 p.p.	
CapEx	316	420	(24,8)	(21,9)	152	168	(9,5)	(9,2)
OpCF (OIBDA-CapEx)	81	95	(14,6)	(11,3)	(32)	(33)	(1,4)	13,1
T. Móviles Colombia								
Importe neto de la cifra de negocios	685	815	(16,0)	(12,7)	172	192	(10,6)	(14,3)
OIBDA	194	208	(7,0)	(3,4)	62	59	5,3	3,0
Margen OIBDA	28,3%	25,6%	2,7 p.p.		36,3%	30,8%	5,5 p.p.	
CapEx	165	230	(28,4)	(25,7)	88	100	(12,0)	(11,2)
OpCF (OIBDA-CapEx)	29	(22)	c.s.	c.s.	(26)	(41)	(37,2)	(33,0)
Telefónica Telecom								
Importe neto de la cifra de negocios	615	710	(13,4)	(10,0)	152	177	(14,1)	(17,5)
OIBDA	203	307	(33,8)	(31,2)	57	76	(24,6)	(27,2)
Margen OIBDA	33,0%	43,2%	(10,2 p.p.)		37,7%	42,9%	(5,2 p.p.)	
CapEx	151	190	(20,5)	(17,4)	64	68	(5,8)	(6,2)
OpCF (OIBDA-CapEx)	52	117	(55,3)	(53,6)	(7)	8	c.s.	c.s.
México (T. Móviles México)								
Importe neto de la cifra de negocios	1.552	1.631	(4,8)	10,0	416	427	(2,4)	10,7
OIBDA	564	420	34,2	55,2	162	137	17,8	35,0
Margen OIBDA	36,3%	25,7%	10,6 p.p.		38,9%	32,2%	6,7 p.p.	
CapEx	251	317	(20,9)	(8,6)	119	161	(26,1)	(14,9)
OpCF (OIBDA-CapEx)	313	103	204,5	252,1	43	(23)	c.s.	c.s.
Venezuela (T. Móviles Venezuela)²								
Importe neto de la cifra de negocios	3.773	2.769	36,3	20,4	1.129	898	25,7	9,4
OIBDA	1.818	1.328	36,8	25,4	508	462	9,8	(0,9)
Margen OIBDA	48,2%	48,0%	0,2 p.p.		45,0%	51,5%	(6,5 p.p.)	
CapEx	423	287	47,6	45,2	230	144	60,4	64,7
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.395	1.042	33,9	19,9	277	319	(13,0)	(32,0)
Centroamérica³								
Importe neto de la cifra de negocios	565	568	(0,6)	(2,5)	149	157	(5,4)	7,6
OIBDA	241	217	10,9	9,0	65	68	(5,6)	7,5
Margen OIBDA	42,6%	38,2%	4,4 p.p.		43,4%	43,5%	(0,1 p.p.)	
CapEx	86	116	(25,5)	(26,4)	60	62	(3,2)	21,5
OpCF (OIBDA-CapEx)	154	101	52,7	49,7	5	6	(28,6)	(127,9)
Ecuador (T. Móviles Ecuador)								
Importe neto de la cifra de negocios	337	318	5,9	0,6	88	93	(5,1)	4,9
OIBDA	100	92	8,5	3,0	23	31	(26,5)	(19,5)
Margen OIBDA	29,7%	29,0%	0,7 p.p.		26,1%	33,7%	(7,6 p.p.)	
CapEx	83	124	(33,4)	(36,8)	51	90	(43,0)	(44,4)
OpCF (OIBDA-CapEx)	17	(32)	c.s.	c.s.	(28)	(59)	(51,8)	(56,4)

Notas:

- OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

1 Desde el 1 de enero de 2009 Medianetworks deja de ser sociedad filial de Telefónica del Perú, consolidándose a partir de esa fecha como filial de Telefónica Internacional, S.A.U.

2 A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda local de las partidas afectadas por el ajuste por hiperinflación se reportan excluyendo el impacto de dicho ajuste.

3 Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador y Nicaragua.

Telefónica Latinoamérica

Datos financieros seleccionados (III)

	enero - diciembre				octubre - diciembre			
	2009	2008	% Var	% Var M Local	2009	2008	% Var	% Var M Local
Datos no auditados (Millones de euros)								
Uruguay (T. Móviles Uruguay)								
Importe neto de la cifra de negocios	175	150	16,2	18,9	49	43	13,6	11,0
OIBDA	69	48	43,5	46,8	24	17	36,6	35,1
Margen OIBDA	39,2%	31,7%	7,5 p.p.		48,4%	40,3%	8,1 p.p.	
CapEx	24	24	0,6	2,9	11	12	(8,1)	(8,1)
OpCF (OIBDA-CapEx)	44	24	87,6	91,9	13	6	123,7	118,9
TIWS								
Importe neto de la cifra de negocios	391	324	20,5	17,8	121	89	35,3	40,4
OIBDA	94	102	(7,8)	(11,2)	23	27	(14,9)	(7,6)
Margen OIBDA	24,0%	31,3%	(7,3 p.p.)		18,9%	30,0%	(11,1 p.p.)	
CapEx	71	51	37,5	30,6	23	25	(9,7)	(4,3)
OpCF (OIBDA-CapEx)	23	50	(54,1)	(54,0)	(0)	1	c.s.	c.s.

Nota:

OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

Resultados por unidades de negocio

Telefónica Europa

En un difícil entorno económico y de mercado, Telefónica Europa ha mostrado una sólida evolución financiera y operativa en 2009, con incrementos crecientes de los ingresos a lo largo del año y mejoras de eficiencias, todo ello impulsado por la mayor diversificación de sus operaciones.

A finales de diciembre de 2009, el número total de accesos de Telefónica Europa alcanza 49,2 millones (+6,9% interanual) gracias a la continua expansión de su parque móvil, principalmente en Reino Unido y Alemania. El **parque total de telefonía móvil** se sitúa en 44,1 millones de accesos (+6,5% interanual), tras registrar una ganancia neta de 2,9 millones de clientes¹ en el ejercicio y de 1,0 millón¹ en el cuarto trimestre. El segmento contrato presenta un comportamiento muy sólido, con una ganancia neta de 2,3 millones de clientes en 2009 (+10,7% interanual), y de 617.951 clientes en el cuarto trimestre (+42,8% interanual). Así, la ganancia neta de contrato representa el 80,2%¹ de la ganancia neta total en el conjunto del año.

El crecimiento interanual del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) se acelera en el cuarto trimestre de 2009 con respecto al trimestre anterior, hasta alcanzar el 3,9% interanual, en moneda constante y excluyendo el impacto de la reducción de las tarifas de terminación móvil. Esta evolución supone una mejora secuencial con respecto a los crecimientos del 1,8% y 3,0% registrados en el segundo y tercer trimestre, respectivamente.

En 2009, los ingresos alcanzan 13.533 millones de euros, con un crecimiento interanual del 1,1% en moneda constante que recoge el impacto negativo de 2,1 p.p. derivado de las reducciones de las tarifas de terminación móvil en Alemania, Reino Unido y República Checa. La evolución de los ingresos refleja el mejor comportamiento relativo de Telefónica Europa frente a sus competidores en sus principales mercados. La creciente demanda de servicios de datos contribuye a mejorar las tendencias del ARPU. Todo ello compensa los menores ingresos procedentes de República Checa e Irlanda, ambos afectados por un difícil entorno macroeconómico.

En 2009, los gastos por operaciones se mantienen prácticamente estables con respecto al ejercicio anterior (+0,3% interanual en moneda constante), hasta alcanzar 9.856 millones de euros. Esta evolución refleja la mayor actividad registrada para mantener el pulso comercial en los mercados, compensada por las mayores eficiencias y ahorros adicionales en actividades de fidelización de clientes en el negocio móvil. Los gastos de reestructuración en el conjunto del año ascienden a 44 millones de euros.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en 2009 se sitúa en 3.910 millones de euros, lo que supone un crecimiento interanual del 4,1% en términos orgánicos² (+5,0% interanual, excluyendo los gastos de reestructuración anteriormente mencionados), siendo Telefónica O2 Alemania el principal contribuidor a este crecimiento. El margen OIBDA en términos orgánicos² mejora interanualmente 0,8 p.p. en 2009.

En términos reportados, en 2009 los ingresos y el OIBDA muestran descensos interanuales del 5,4% y del 6,4%, respectivamente (-3,9% y -6,8% en el cuarto trimestre), fundamentalmente impactados por las depreciaciones de la libra esterlina y de la corona checa frente al euro durante el periodo. El margen OIBDA de 2009 en términos reportados se sitúa en el 28,9% (29,2% en 2008), mientras que en el cuarto trimestre de 2009 el margen alcanza el 29,7% (30,6% en el mismo periodo de 2008).

La **inversión (CapEx)** registra un descenso interanual del 12,4% en moneda constante, tras haberse finalizado el despliegue de la red 2G en Alemania, así como importantes proyectos de TI en el Grupo. Esta evolución junto con el buen comportamiento del OIBDA mencionado anteriormente se traducen en un fuerte crecimiento del **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** del 21,7% interanual en términos orgánicos², hasta alcanzar 2.183 millones de euros en 2009.

¹ A efectos comparativos, las ganancias netas excluyen la desconexión de 450.000 clientes inactivos del segmento prepago en el parque de Telefónica O2 Alemania, realizada en diciembre de 2009, así como más de 240.000 clientes en diciembre de 2008.

² Asumiendo tipos de cambio constantes. También se excluyen del cálculo los impactos derivados de ventas de activos registradas en el pasado (174 millones de euros en 2008 correspondientes a Airwave).

Telefónica O2 Reino Unido

En un mercado de menor tamaño respecto a 2008, Telefónica O2 Reino Unido ha mostrado un mejor comportamiento relativo que sus competidores, manteniendo el pulso comercial por su foco en los "smartphones", y registrando un notable crecimiento de los ingresos de datos no-P2P SMS.

El parque total de **accesos de telefonía móvil** de la Compañía (excluyendo a Tesco Mobile) al cierre del año 2009 asciende a 21,3 millones de líneas, con un crecimiento interanual del 5,1%. En el conjunto del año la Compañía registra una ganancia neta de 1,0 millón de clientes (338.455 clientes en el cuarto trimestre), manteniendo su liderazgo en el mercado británico. El segmento de contrato continúa impulsando el crecimiento, registrando una ganancia neta en el año de 1,1 millones de clientes (+18,6% interanual) y de 235.486 clientes en el cuarto trimestre (+5,6% interanual). El parque del segmento contrato representa el 44,9% del parque total de clientes en 2009 (41,5% el año anterior). Esta positiva evolución viene explicada fundamentalmente por la reducción del churn y la mayor actividad comercial basada en una amplia gama de dispositivos, enfocada especialmente en los "smartphones". Asimismo, las tarifas "Simplicity" y las migraciones de prepago a contrato también contribuyen al crecimiento de este segmento a lo largo del año.

El **churn** del segmento de contrato continúa mostrando una sólida evolución, descendiendo al nivel récord del 1,0% en el cuarto trimestre (-0,2 p.p. interanual e intertrimestral). El churn de contrato en 2009 se sitúa en el 1,1%, 0,1 p.p. inferior al registrado en 2008. El churn total en 2009 se mantiene estable respecto al año anterior, en el 2,6%, mostrando una mejora interanual de 0,1 p.p. en el cuarto trimestre.

En relación al consumo, el **tráfico** alcanza 53.856 millones de minutos en 2009, con un crecimiento interanual del 15,6% (+15,4% interanual en el cuarto trimestre). Esta evolución viene explicada por el aumento del parque de clientes de contrato, por la optimización de la utilización de los paquetes de minutos contratados, y por el mayor consumo respecto al año anterior de los clientes de prepago, derivado de la adopción de tarifas como "Unlimited".

El ARPU de voz decrece interanualmente un 8,7% en moneda local y se sitúa en 15,5 euros en 2009 (-10,5% en el cuarto trimestre). Este descenso es debido principalmente a la reducción de las tarifas de terminación móvil (a partir de agosto), la continua optimización del uso por parte de los clientes, el creciente número de accesos que no generan tráfico de voz, y a la mayor proporción de tarifas "Simplicity" en el parque. Por otro lado, el ARPU de datos muestra un crecimiento interanual del 3,7% en moneda local, hasta situarse en 9,3 euros en 2009 (+6,2% en el cuarto trimestre) impulsado por la importante contribución de las ventas de paquetes de datos, que compensa el descenso interanual de los ingresos por SMS.

Así, el **ARPU total** de Telefónica O2 Reino Unido en 2009 se reduce interanualmente en moneda local un 4,4%, situándose en 24,7 euros, con un descenso interanual del 4,5% en moneda local en el cuarto trimestre.

El servicio de **banda ancha fija DSL** de Telefónica O2 Reino Unido registra una ganancia neta de 250.648 líneas en 2009, y de 64.388 líneas en el cuarto trimestre, hasta alcanzar un parque de 591.514 líneas en diciembre de 2009 (+73,5% interanual). El lanzamiento del nuevo servicio "O2 Home Phone", previsto para marzo de 2010, mejorará la oferta de banda ancha fija de O2 con una oferta de voz muy competitiva.

Telefónica O2 Reino Unido obtiene unos sólidos resultados económico-financieros en 2009. El **importe neto de la cifra de negocios** (ingresos) en el conjunto del año crece interanualmente un 3,5% en moneda local, hasta alcanzar 6.512 millones de euros (+1,2% en el cuarto trimestre), superando claramente al conjunto del mercado de telefonía móvil en el Reino Unido.

Es especialmente destacable la evolución interanual de los ingresos de servicio móvil en 2009. Así, en moneda local y excluyendo el impacto del recorte de las tarifas de terminación³, los ingresos de servicio muestran una aceleración en su crecimiento interanual, desde el 6,1% en el tercer trimestre hasta el 8,2% en el cuarto trimestre, alcanzando 5.936 millones de euros en 2009 (+3,1% interanual en moneda local; +6,4% excluyendo el impacto de bajada de tarifas de terminación³). Esta evolución viene impulsada fundamentalmente por el crecimiento de clientes de contrato y el incremento sostenido de los ingresos de datos no-P2P SMS (+49,7% interanual en moneda local en el cuarto trimestre; +52,0% en 2009), derivado de la mayor adopción de los servicios de acceso a Internet móvil.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** muestra un crecimiento interanual en moneda local del 2,3% y asciende a 1.680 millones de euros en 2009. Excluyendo el impacto de los gastos de reestructuración contabilizados en el tercer trimestre, el OIBDA de 2009 habría registrado un incremento interanual del 4,0%, superior al crecimiento de los ingresos. El OIBDA en el cuarto trimestre presenta un crecimiento interanual en moneda local del 4,2%, principalmente impulsado por la obtención de mayores eficiencias que han permitido incrementar la actividad comercial (sobre todo en el segmento contrato), así como acciones puntuales de fidelización de clientes, que contribuyen a mantener el menor churn de contrato del mercado.

En consecuencia, el margen OIBDA de 2009, en términos reportados, se sitúa en el 25,8% (-0,3 p.p. interanual), con una mejora interanual de 0,8 p.p. en el cuarto trimestre hasta alcanzar el 28,1%. Excluyendo gastos de reestructuración, el margen OIBDA de 2009 se habría mantenido prácticamente estable con respecto al año anterior.

³ El impacto en el crecimiento interanual en moneda local de los ingresos de servicio móviles por el recorte de las tarifas de terminación, realizada en agosto de 2009, ha sido de 3,3 p.p. y 6,5 p.p. en el año y en el cuarto trimestre, respectivamente.

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) en 2009 registra un incremento interanual del 7,7% en moneda local y se sitúa en 1.078 millones de euros (+10,5% excluyendo costes de reestructuración), impulsado por el mencionado comportamiento del OIBDA y la disminución interanual del 6,0% de la inversión (CapEx) en moneda local, hasta situarse en 602 millones de euros, a pesar del mayor esfuerzo inversor en infraestructuras de red destinado a la consecución de mejoras en cobertura y capacidad.

Telefónica O2 Alemania

En 2009, Telefónica Europa mejora sustancialmente sus operaciones en Alemania, tras la conclusión de los principales proyectos de transformación, impulsando el crecimiento rentable del negocio basado en una red excelente y en la mejora de los canales de distribución, factores que han hecho posible que la Compañía aumente su cuota de mercado en un mercado muy competitivo.

El parque móvil de Telefónica O2 Alemania aumenta significativamente en 2009, hasta alcanzar 15,5 millones de clientes a cierre de diciembre (+9,2% interanual), tras registrar una ganancia neta de 1,5 millones de líneas⁴. Los clientes de contrato aportan el 48,4%⁴ de este crecimiento, al registrar una ganancia neta de 733.352 clientes en 2009 y situarse en 7,7 millones de clientes (+10,5% interanual), con una ganancia neta de 259.945 clientes en el cuarto trimestre (triplicando la ganancia neta del cuarto trimestre de 2008). Esta evolución viene impulsada fundamentalmente por el éxito de propuestas innovadoras como "O2o" y "My Handy". Los canales asociados también han contribuido al crecimiento del parque, así como la marca Fonic.

El churn del año alcanza el 2,3%, (+0,3 p.p. interanual), y el 3,3% en el cuarto trimestre (+0,9 p.p. interanual), fuertemente impactado por el ajuste de la base de prepago realizado en diciembre de 2009.

El tráfico cursado en el cuarto trimestre continúa acelerándose (+12,0% interanual y +5,8% respecto al trimestre anterior), con un aumento interanual del 4,2% en 2009 hasta alcanzar 23.257 millones de minutos, impulsado por el crecimiento del parque de clientes contrato.

El ARPU de voz se sitúa en 11,0 euros en 2009 (-12,6% interanual), con una disminución interanual del 13,1% en el cuarto trimestre, derivado principalmente del recorte de las tarifas de terminación móvil a partir de abril, y del mayor peso en el parque de clientes de marcas asociadas. El ARPU de datos asciende a 4,7 euros en 2009 (-2,9% interanual) presentando una mejor tendencia en el cuarto trimestre (+0,5% interanual).

El ARPU total en 2009 registra un descenso interanual del 9,9% hasta los 15,6 euros, con una caída interanual del 9,2% en el cuarto trimestre.

Las líneas ULL de Telefónica O2 Alemania se sitúan en 1,6 millones en diciembre de 2009 (+19,3% interanual), correspondiendo 285.082 líneas a clientes DSL de O2 (+32,7% interanual), tras registrar una ganancia neta de 70.299 clientes en el año y de 12.747 en el cuarto trimestre, antes de la integración de Hansenet en el negocio.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) en 2009 continúa mostrando un sólido comportamiento y asciende a 3.746 millones de euros en 2009, con un incremento interanual del 4,2%, tras registrar un crecimiento interanual del 7,2% en el cuarto trimestre, impulsado por el éxito de las ofertas "O2o" y "My Handy" y la buena evolución del negocio de telefonía fija y DSL.

Los ingresos de servicio móvil alcanzan 2.861 millones de euros en 2009 (-0,3% interanual; +1,6% interanual excluyendo el recorte de las tarifas de terminación móvil). Cabe destacar la positiva evolución interanual de los ingresos de servicio, excluyendo el recorte de las tarifas de terminación: +0,6% en el primer trimestre; +1,2% en el segundo trimestre; +2,1% en el tercero y +2,5% en el cuarto. Esta tendencia se debe principalmente al incremento del parque de clientes contrato y a la positiva aportación de los servicios de datos móviles. Así, los ingresos de datos no-P2P SMS aumentan interanualmente un 35,7% en 2009, acelerándose en el cuarto trimestre (+42,7% interanual).

Los negocios de telefonía fija y DSL aportan 556 millones de euros a los ingresos en 2009, y aumentan un 12,1% respecto a 2008.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) muestra un sólido crecimiento interanual, aumentando un 19,3% en 2009, hasta situarse en 918 millones de euros (+6,1% en el cuarto trimestre). Este buen comportamiento se debe al crecimiento de los ingresos y a las mejoras de eficiencia derivadas de la finalización de la actividad de roaming nacional en diciembre de 2009 tras el exitoso despliegue de la red propia. Asimismo, cabe destacar la reducción de los costes de adquisición y retención derivada de la introducción del nuevo modelo comercial a partir del cuarto trimestre de 2008. El margen OIBDA de 2009 se sitúa en el 24,5% (con un avance interanual de 3,1 p.p.) y en el 25,2% en el cuarto trimestre.

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) en 2009 asciende a 122 millones de euros, mostrando una mejora significativa con respecto a la cifra negativa de 154 millones de euros registrada en 2008, reflejando el sólido comportamiento del OIBDA y la caída del 13,8% de la inversión (CapEx) hasta 796 millones de euros, debido a la finalización del despliegue de la red.

⁴ A efectos comparativos, las ganancias netas excluyen la desconexión de 450.000 clientes inactivos del segmento prepago en el parque de Telefónica O2 Alemania, realizada en diciembre de 2009, así como más de 240.000 clientes en diciembre de 2008.

Telefónica O2 Irlanda

En 2009, en un entorno difícil de operaciones, Telefónica O2 Irlanda ha gestionado bien su negocio, enfocando su actividad comercial en el segmento contrato y en la banda ancha, y alcanzando una mejora significativa en la generación de caja operativa.

El **parque de accesos de telefonía móvil** alcanza 1,7 millones de clientes a finales de diciembre de 2009, prácticamente estable frente a 2008 (-0,8% interanual), por el sólido crecimiento de los clientes de contrato (+7,6% interanual), que ya representan el 40,4% del parque total. Debe señalarse la aceleración de la ganancia neta de clientes de contrato a lo largo del año (15.400 en el cuarto trimestre de 2009; 11,9% más que en el tercer trimestre) hasta alcanzar 48.674 en 2009, siendo la banda ancha móvil una importante palanca de este crecimiento.

El **churn** se ha reducido hasta el 2,6%, tanto en 2009 como en el cuarto trimestre del año, 0,2 p.p. y 0,3 p.p. por debajo de 2008, respectivamente, reflejándose una mejora significativa en las bajas de prepago.

En 2009, el **tráfico** desciende un 4,0% interanual hasta 4.672 millones de minutos (-5,8% interanual en el cuarto trimestre). Este comportamiento se explica por el mayor número de clientes que optimizan su consumo, la tendencia de sustitución de la voz por SMS derivada de planes tarifarios ventajosos (como "O2 Experience" y "O2 Clear" en contrato), así como por la menor actividad de roaming por parte de los clientes.

El **ARPU** de voz registra un descenso interanual del 14,1% en 2009 (-13,5% en el cuarto trimestre de 2009), fundamentalmente debido a ofertas comerciales más ventajosas para los clientes, la optimización del gasto por parte de los clientes y la menor actividad de roaming-out.

El **ARPU** de datos aumenta su ritmo de crecimiento en el cuarto trimestre de 2009 (+10,9% interanual), impulsando el crecimiento interanual de 2009 hasta el 9,1%, como resultado del continuo crecimiento del mercado de banda ancha móvil.

Así, el **ARPU** total refleja un descenso interanual del 8,3% en 2009, hasta 39,6 euros (-7,3% interanual en el cuarto trimestre).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** de 2009 desciende un 5,5% respecto a 2008 hasta 905 millones de euros (-6,0% en el cuarto trimestre). Los ingresos de servicio móvil del año se reducen interanualmente un 7,4%, hasta 842 millones de euros (-8,8% en el cuarto trimestre).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** aumenta un 6,5% interanual en el cuarto trimestre, situándose en 302 millones de euros en 2009 (+0,3% interanual), al verse mitigados los menores ingresos por el cambio a canales de distribución de menor coste, y por el continuo foco en la eficiencia. El margen OIBDA continúa presentando un sólido comportamiento interanual y aumenta 4,0 p.p. en el cuarto trimestre hasta situarse en el 34,3%, mientras que en el conjunto del año alcanza el 33,4% (+1,9 p.p. interanual).

La eficiente gestión de la **inversión (CapEx)** de la Compañía (-23,5% interanual hasta situarse en 63 millones de euros en 2009) y la evolución anteriormente mencionada del OIBDA, permiten que el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** registre un crecimiento interanual del 9,2% hasta alcanzar 239 millones de euros.

Telefónica O2 República Checa

Los resultados económico-financieros de Telefónica O2 República Checa en 2009 se han visto impactados negativamente por el complicado entorno de operaciones y por los recortes en las tarifas de terminación móvil, si bien la Compañía mantiene un sólido comportamiento operativo, tanto en banda ancha fija como en el segmento de contrato móvil. En Eslovaquia, la Compañía intensifica su comportamiento comercial y obtiene unos buenos resultados económico-financieros.

A cierre de 2009, el número total de **accesos** de Telefónica O2 República Checa, incluyendo a Eslovaquia, se sitúa en 8,4 millones, con un incremento interanual del 4,2%.

A diciembre de 2009, los **accesos de telefonía fija** alcanzan 1,8 millones (-6,5% interanual), mostrando una mejora significativa en la pérdida neta de líneas fijas (-122.752) en comparación con 2008 (inferior en un 30,2% a la registrada en el ejercicio anterior). En el cuarto trimestre de 2009, la pérdida neta de líneas se sitúa en 19.347.

Los **accesos minoristas a Internet de banda ancha** muestran un sólido crecimiento (+17,0% interanual) y se sitúan en 683.108, tras registrar una ganancia neta de 99.410 accesos en 2009 (+33,8% interanual) y de 26.775 en el cuarto trimestre (+57,6% más que en el tercer trimestre de 2009), como resultado de la fuerte actividad comercial en torno a las nuevas propuestas centradas en banda ancha. El número total de clientes de TV de pago se sitúa en 137.630 a finales de diciembre de 2009, con un incremento interanual del 20,2%.

El **parque de accesos de telefonía móvil** de la República Checa aumenta interanualmente un 3,0% hasta alcanzar 4,9 millones a finales de 2009, impulsado por el incremento interanual del 11,7% del parque de contrato. La ganancia neta de accesos de telefonía móvil asciende a 142.484 accesos en 2009 (frente a 21.931 en 2008), y a 21.825 líneas en el cuarto trimestre. Este comportamiento refleja la buena evolución de la ganancia neta de contrato a lo largo del año, que alcanza 295.072 accesos en 2009 (+7,1% interanual) y 68.350 en el cuarto trimestre, como resultado del éxito de las tarifas planas "O2 Neon", así como por las migraciones de prepago a contrato. Al cierre de 2009, los clientes de contrato representan el 56,9% de la base total (+4,5 p.p. más que en 2008).

Telefónica O2 Eslovaquia continúa mejorando su actividad comercial, impulsada por el éxito de propuestas basadas en tarifas atractivas y sencillas, que se ha trasladado en unos sólidos resultados económico-financieros. El parque de accesos de telefonía móvil se sitúa en 552.853 a finales de diciembre, con un incremento interanual del 69,9%. En el cuarto trimestre de 2009 la Compañía ha conseguido la mejor ganancia neta trimestral de su historia: 89.773

líneas (+86,9% interanual). El parque de clientes de contrato casi se duplica en 2009 (+97,6% interanual) y alcanza 195.648 accesos, con una ganancia neta de 38.421 líneas en el trimestre (+83,7% interanual). Los clientes de contrato representan el 35,4% del parque total a finales de 2009, aumentando su peso interanualmente en 4,9 p.p.

El **churn** del negocio móvil de la República Checa se sitúa en el 2,1% en 2009 (incremento interanual de 0,1 p.p.), aumentando igualmente en el cuarto trimestre (+0,7 p.p. con respecto al ejercicio anterior), como resultado principalmente del mayor churn de prepagado. El churn de contrato en 2009 mejora 0,1 p.p. hasta el 1,0% (+0,2 p.p. en el cuarto trimestre).

El **tráfico** móvil total en la República Checa crece un 11,0% interanual hasta 8.232 millones de minutos en 2009 (+12,7% interanual en el cuarto trimestre), impulsado por el incremento del parque de contrato y los buenos resultados de las tarifas planas "O2 Neon".

En 2009, el ARPU de voz decrece interanualmente un 11,6% en moneda local (-13,4% en el cuarto trimestre en moneda local), como consecuencia de la constante optimización del consumo por parte de los clientes y de los recortes de las tarifas de terminación móvil aplicados en 2009.

El ARPU de datos retrocede un 6,9% en 2009, y un 14,1% en el cuarto trimestre, debido al descenso del volumen de SMS salientes, así como a su precio dentro del paquete "O2 Home".

En consecuencia, el **ARPU** móvil total de la República Checa decrece un 10,5% interanual en moneda local en 2009, hasta situarse en 19,3 euros (-13,6% interanual en el cuarto trimestre).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** registra un descenso interanual del 7,5% en moneda constante hasta 2.260 millones de euros en 2009 (-9,3% interanual en el cuarto trimestre). Excluyendo el impacto del Servicio Universal⁵ en 2008 y 2009, los ingresos descienden un 6,1% interanual en 2009 en moneda constante, y un 7,6% interanual en el cuarto trimestre.

Los ingresos de telefonía fija de la República Checa descienden interanualmente un 9,3% en moneda local hasta 1.000 millones de euros en 2009 (-10,8% interanual en moneda local en el cuarto trimestre). Este descenso se reduce al 6,4% interanual en 2009 y al 7,0% interanual en el cuarto trimestre, respectivamente, excluyendo el impacto del Servicio Universal⁶, debido tanto a la reducción en el número de accesos fijos como al menor volumen de tráfico.

Los ingresos de servicio móvil en la República Checa se reducen interanualmente un 6,3% en moneda local hasta 1.123 millones de euros en 2009 (-8,8% interanual en el cuarto trimestre), debido principalmente a la optimización del consumo, los menores ingresos por roaming y la reducción adicional de las tarifas de terminación móvil. Excluyendo el impacto del recorte de las tarifas de terminación, los ingresos de servicio móvil se habrían reducido un 5,4% y un 3,8% interanualmente en moneda local en el cuarto trimestre y en el conjunto del año, respectivamente. Por otro lado, los ingresos de Telefónica O2 Eslovaquia aumentan interanualmente un 62,3% en 2009 (+68,3% interanual en el cuarto trimestre de 2009).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** desciende un 3,7% interanual en moneda constante hasta 1.053 millones de euros en 2009 (-2,0% en el cuarto trimestre). El margen OIBDA mejora interanualmente 1,7 p.p. y se sitúa en el 46,6% en 2009, con un avance interanual de 3,4 p.p. en el cuarto trimestre de 2009 hasta situarse en el 45,3%. En términos comparables⁶, el OIBDA 2009 presenta un descenso interanual del 5,3%.

El **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** registra un crecimiento interanual del 2,6% en 2009 en moneda constante hasta situarse en 807 millones de euros, reflejando la menor **inversión (CapEx)**, que desciende un 20,2% en moneda constante, totalizando 245 millones de euros.

⁵ Impactos del Servicio Universal: 52 millones de euros en 2008 y 14 millones de euros en 2009.

⁶ Asumiendo tipos de cambio constante. En 2009 se excluyen 58 millones de euros procedentes de ventas de activos inmobiliarios, el acuerdo alcanzado con T-Mobile, y el impacto del Servicio Universal. En 2008 se excluyen 46 millones de euros procedentes de ventas de activos inmobiliarios y el impacto del Servicio Universal.

Telefónica Europa Accesos

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados (Miles)						
Accesos Clientes Finales	44.823,5	45.356,5	46.197,4	47.182,1	47.814,9	6,7
Accesos de telefonía fija ¹	1.952,7	1.909,6	1.861,8	1.847,1	1.827,5	(6,4)
Accesos de datos e internet	1.354,5	1.463,7	1.555,4	1.656,8	1.754,7	29,5
Banda estrecha	163,4	155,4	148,7	142,6	137,3	(16,0)
Banda ancha	1.158,7	1.277,8	1.375,9	1.483,6	1.589,1	37,1
Otros ²	32,4	30,4	30,9	30,6	28,3	(12,6)
Accesos móviles ³	41.401,8	41.855,5	42.647,5	43.542,3	44.095,0	6,5
Prepago ⁴	22.729,4	22.673,4	22.916,5	23.163,8	23.098,5	1,6
Contrato	18.672,4	19.182,1	19.731,1	20.378,6	20.996,5	12,4
TV de Pago	114,5	127,8	132,6	135,9	137,6	20,2
Accesos Mayoristas ⁵	1.237,9	1.324,4	1.381,3	1.403,2	1.425,2	15,1
Total Accesos	46.061,4	46.680,9	47.578,8	48.585,3	49.240,1	6,9

1 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.

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

3 Con efecto 31 de diciembre de 2007 y con el objetivo de homogeneizar los criterios de los indicadores operativos de las distintas operadoras móviles del Grupo, se ha revisado la serie de accesos móviles y, por tanto, totales del Grupo, incluyéndose los accesos máquina a máquina. Adicionalmente, a efectos de homogeneización de criterios, la contabilización del parque prepago de la República Checa y Eslovaquia se ha modificado, pasando de 13 meses (registrados) a tres meses (activos).

4 Los accesos de diciembre 2009 y 2008 recogen la desconexión de clientes móviles de prepago inactivos en Alemania.

5 Incluye bucles alquilados por T. O2 Alemania.

Nota:

Los Accesos móviles, Accesos de telefonía fija y Accesos de Banda ancha incluyen los clientes de MANX.

Telefónica Europa Resultados Consolidados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	13.533	14.308	(5,4)	3.477	3.618	(3,9)
Trabajos para inmovilizado	213	175	21,7	56	43	28,2
Gastos por operaciones	(9.856)	(10.514)	(6,3)	(2.505)	(2.616)	(4,2)
Otros ingresos (gastos) netos	5	181	(97,4)	2	63	(97,1)
Resultado de enajenación de activos	16	32	(48,6)	2	(1)	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(1)	(3)	(75,0)	0	0	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	3.910	4.180	(6,4)	1.032	1.107	(6,8)
Margen OIBDA	28,9%	29,2%	(0,3 p.p.)	29,7%	30,6%	(0,9 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(2.895)	(3.035)	(4,6)	(707)	(730)	(3,1)
Resultado operativo (OI)	1.015	1.144	(11,3)	325	377	(13,8)

Notas:

- OIBDA y OI se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- 2008 recoge un impacto positivo de 174 millones euros derivado de la venta de Airwave.
- El OIBDA y el OI recogen unos gastos de reestructuración por importe de 44 millones de euros registrados en 2009.

Telefónica Europa
Accesos por países

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados (Miles)						
Telefónica O2 Reino Unido						
Accesos Clientes Finales	20.615,6	20.821,0	21.125,6	21.487,9	21.890,8	6,2
Accesos de datos e internet	340,9	404,5	456,9	527,1	591,5	73,5
Banda ancha	340,9	404,5	456,9	527,1	591,5	73,5
Accesos móviles ¹	20.274,7	20.416,5	20.668,7	20.960,8	21.299,3	5,1
Prepago	11.862,5	11.718,0	11.657,6	11.637,4	11.740,3	(1,0)
Contrato	8.412,2	8.698,5	9.011,1	9.323,5	9.558,9	13,6
Total Accesos	20.615,6	20.821,0	21.125,6	21.487,9	21.890,8	6,2
Telefónica O2 Alemania						
Accesos Clientes Finales	14.413,3	14.737,6	15.186,1	15.672,6	15.792,5	9,6
Accesos de datos e internet	214,8	231,7	253,4	272,3	285,1	32,7
Banda ancha	214,8	231,7	253,4	272,3	285,1	32,7
Accesos móviles ¹	14.198,5	14.506,0	14.932,7	15.400,3	15.507,4	9,2
Prepago ²	7.231,5	7.420,7	7.708,1	7.959,9	7.807,0	8,0
Contrato	6.967,0	7.085,2	7.224,5	7.440,4	7.700,4	10,5
Accesos Mayoristas ³	1.128,4	1.215,7	1.273,1	1.295,4	1.316,8	16,7
Total Accesos	15.541,7	15.953,3	16.459,2	16.968,0	17.109,3	10,1
Telefónica O2 Irlanda						
Accesos móviles ¹	1.727,7	1.710,6	1.716,7	1.717,5	1.714,3	(0,8)
Prepago	1.084,6	1.059,4	1.054,0	1.041,1	1.022,5	(5,7)
Contrato	643,1	651,2	662,6	676,4	691,8	7,6
Total Accesos	1.727,7	1.710,6	1.716,7	1.717,5	1.714,3	(0,8)
Telefónica O2 República Checa						
Accesos Clientes Finales	7.589,5	7.564,7	7.590,5	7.678,0	7.701,5	1,5
Accesos de telefonía fija ⁴	1.893,4	1.851,0	1.803,9	1.790,0	1.770,6	(6,5)
ADSL Libre	0,0	0,0	0,0	29,8	62,1	n.s.
Voz sobre IP	0,0	0,0	0,0	14,0	16,9	n.s.
Accesos de datos e internet	779,5	803,2	818,9	829,5	848,7	8,9
Banda estrecha	163,4	155,4	148,7	142,6	137,3	(16,0)
Banda ancha	583,7	617,3	639,3	656,3	683,1	17,0
Otros ⁵	32,4	30,4	30,9	30,6	28,3	(12,6)
Accesos móviles ¹	4.802,1	4.782,8	4.835,1	4.922,7	4.944,6	3,0
Prepago ⁵	2.282,8	2.186,7	2.172,5	2.176,7	2.130,2	(6,7)
Contrato	2.519,3	2.596,1	2.662,6	2.746,0	2.814,4	11,7
TV de Pago	114,5	127,8	132,6	135,9	137,6	20,2
Accesos Mayoristas	109,5	108,7	108,2	107,9	108,4	(1,0)
Total Accesos	7.698,9	7.673,4	7.698,7	7.785,9	7.810,0	1,4
Telefónica O2 Eslovaquia						
Accesos móviles ¹	325,3	365,2	417,0	463,1	552,9	69,9
Prepago ⁵	226,3	247,6	281,2	305,9	357,2	57,8
Contrato	99,0	117,6	135,8	157,2	195,6	97,6
Total Accesos	325,3	365,2	417,0	463,1	552,9	69,9

1 Con efecto 31 de diciembre de 2007 y con el objetivo de homogeneizar los criterios de los indicadores operativos de las distintas operadoras móviles del Grupo, se ha revisado la serie de accesos móviles y, por tanto, totales del Grupo, incluyéndose los accesos máquina a máquina.

2 Se han desconectado 450.000 accesos móviles inactivos del segmento prepago en diciembre de 2009 y más de 240.000 en diciembre de 2008.

3 Incluye bucles alquilados por T. O2 Alemania.

4 RTB (incluyendo TUP) x1 Acceso Básico RDSI x1 Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.

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

6 A efectos de homogeneización de criterios, la contabilización del parque prepago de la República Checa y Eslovaquia se ha modificado, pasando de 13 meses (registrados) a tres meses (activos).

Telefónica Europa

Datos operativos operadoras móviles por país

	2008	2009				% Var Anual
	diciembre	marzo	junio	septiembre	diciembre	
Datos no auditados						
Telefónica O2 Reino Unido						
Tráfico (millones de minutos)	12.281	12.798	13.304	13.579	14.176	15,4
ARPU (EUR)	27,1	24,2	25,3	25,5	24,0	(4,5)
Prepago	14,4	12,3	12,8	12,4	11,7	(12,3)
Contrato	45,1	40,6	41,6	42,0	39,1	(6,3)
ARPU de datos (EUR)	9,7	8,8	9,2	9,6	9,5	6,2
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	22,0%	23,9%	26,6%	29,3%	29,4%	7,4 p.p.
Telefónica O2 Alemania						
Tráfico (millones de minutos)	5.454	5.555	5.819	5.775	6.108	12,0
ARPU (EUR)	16,9	15,9	15,7	15,7	15,3	(9,2)
Prepago	5,8	5,4	5,5	5,9	5,8	1,1
Contrato	28,3	26,8	26,5	26,1	25,2	(11,0)
ARPU de datos (EUR)	4,8	4,7	4,6	4,6	4,8	0,5
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	31,7%	33,5%	34,8%	37,4%	40,7%	9,0 p.p.
Telefónica O2 Irlanda						
Tráfico (millones de minutos)	1.250	1.158	1.170	1.166	1.177	(5,8)
ARPU (EUR)	42,6	39,3	39,8	39,9	39,5	(7,3)
Prepago	26,7	24,2	25,6	25,8	26,5	(0,9)
Contrato	69,2	64,5	62,5	62,1	58,8	(14,9)
ARPU de datos (EUR)	10,9	11,6	11,9	11,6	12,1	10,9
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	32,6%	35,8%	36,4%	36,2%	38,3%	5,7 p.p.
Telefónica O2 Rep. Checa¹						
Tráfico (millones de minutos)	1.911	1.940	2.085	2.054	2.153	12,7
ARPU (EUR)	22,5	18,7	19,4	19,9	19,1	(13,6)
Prepago	11,5	8,0	8,6	8,7	8,7	(23,1)
Contrato	32,6	28,2	28,4	29,0	27,1	(14,9)
ARPU de datos (EUR)	5,5	4,7	4,7	4,9	4,6	(14,1)
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	43,5%	45,5%	43,1%	45,7%	43,9%	0,4 p.p.

¹ KPIs del negocio móvil de la República Checa no incluyen Eslovaquia.

Notas:

- ARPU calculados como la media mensual del trimestre.
- Tráfico se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una única vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de roaming-in de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Telefónica Europa
Datos operativos operadoras móviles por país

	enero - diciembre		
	2009	2008	% Var
Datos no auditados			
Telefónica O2 Reino Unido			
Tráfico (millones de minutos)	53.856	46.585	15,6
ARPU (EUR)	24,7	29,0	(4,4)
Prepago	12,3	15,5	(11,0)
Contrato	40,8	48,6	(5,9)
ARPU de datos (EUR)	9,3	10,0	3,7
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	27,4%	19,8%	7,5 p.p.
Telefónica O2 Alemania			
Tráfico (millones de minutos)	23.257	22.313	4,2
ARPU (EUR)	15,6	17,4	(9,9)
Prepago	5,7	5,9	(4,4)
Contrato	26,1	29,0	(10,0)
ARPU de datos (EUR)	4,7	4,8	(2,9)
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	36,7%	29,2%	7,6 p.p.
Telefónica O2 Irlanda			
Tráfico (millones de minutos)	4.672	4.867	(4,0)
ARPU (EUR)	39,6	43,2	(8,3)
Prepago	25,5	27,0	(5,7)
Contrato	62,0	72,5	(14,6)
ARPU de datos (EUR)	11,8	10,8	9,1
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	36,7%	31,1%	5,6 p.p.
Telefónica O2 Rep. Checa¹			
Tráfico (millones de minutos)	8.232	7.420	11,0
ARPU (EUR)	19,3	22,8	(10,5)
Prepago	8,5	11,4	(21,9)
Contrato	28,2	33,5	(12,0)
ARPU de datos (EUR)	4,7	5,4	(6,9)
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	44,6%	43,0%	1,6 p.p.

¹ KPIs del negocio celular de la República Checa no incluyen Eslovaquia.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual del periodo enero-diciembre.
- Tráfico se define como minutos cursados por clientes de la Compañía tanto de salida como de entrada. El tráfico on-net se computa una única vez (como salida), y se incluye el tráfico promocional. Se excluyen tráficos no asociados a los clientes móviles de la Compañía (roaming-in, OMVs, interconexión de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Telefónica Europa

Datos financieros seleccionados

	enero - diciembre				octubre - diciembre			
	2009	2008	% Var	% Var M Local	2009	2008	% Var	% Var M Local
Datos no auditados (Millones de euros)								
Telefónica O2 Reino Unido								
Importe neto de la cifra de negocios	6.512	7.052	(7,7)	3,5	1.642	1.755	(6,5)	1,2
OIBDA	1.680	1.839	(8,7)	2,3	461	479	(3,8)	4,2
Margen OIBDA	25,8%	26,1%	(0,3 p.p.)		28,1%	27,3%	0,8 p.p.	
CapEx	602	717	(16,1)	(6,0)	177	198	(10,7)	(3,1)
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.078	1.122	(3,9)	7,7	284	281	1,1	9,2
Telefónica O2 Alemania								
Importe neto de la cifra de negocios	3.746	3.595	4,2	4,2	998	931	7,2	7,2
OIBDA	918	770	19,3	19,3	252	237	6,1	6,1
Margen OIBDA	24,5%	21,4%	3,1 p.p.		25,2%	25,5%	(0,3 p.p.)	
CapEx	796	924	(13,8)	(13,8)	250	304	(17,9)	(17,9)
OpCF (OIBDA-CapEx)	122	(154)	c.s.	c.s.	2	(67)	c.s.	c.s.
Telefónica O2 Irlanda								
Importe neto de la cifra de negocios	905	957	(5,5)	(5,5)	228	243	(6,0)	(6,0)
OIBDA	302	301	0,3	0,3	78	74	6,5	6,5
Margen OIBDA	33,4%	31,5%	1,9 p.p.		34,3%	30,3%	4,0 p.p.	
CapEx	63	83	(23,5)	(23,5)	25	29	(14,0)	(14,0)
OpCF (OIBDA-CapEx)	239	219	9,2	9,2	53	44	20,0	20,0
Telefónica O2 Rep. Checa¹								
Importe neto de la cifra de negocios	2.260	2.581	(12,4)	n.c.	579	651	(11,1)	n.c.
OIBDA	1.053	1.159	(9,2)	n.c.	262	273	(3,9)	n.c.
Margen OIBDA	46,6%	44,9%	1,7 p.p.		45,3%	41,9%	3,4 p.p.	
CapEx	245	324	(24,2)	n.c.	75	157	(52,2)	n.c.
OpCF (OIBDA-CapEx)	807	835	(3,3)	n.c.	187	116	61,2	n.c.

Nota:

OIBDA antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

¹ Incluye Eslovaquia.

Resultados por unidades de negocio

Otras Sociedades

Grupo Atento

Conforme a lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), ha de considerarse la economía venezolana como hiperinflacionaria en el ejercicio 2009, lo que implica que los resultados económico-financieros del Grupo Atento se encuentran afectados por la consideración de Venezuela como país hiperinflacionario.

A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2008, las variaciones en moneda constante de las partidas afectadas por el ajuste por hiperinflación, así como del resto de indicadores financieros y operativos se reportan excluyendo el impacto de dicho ajuste.

En un entorno económico y de operaciones difícil, el Grupo Atento ha mostrado unos sólidos resultados económico-financieros durante el ejercicio 2009.

El importe neto de la cifra de negocios (ingresos) del Grupo Atento asciende a 1.321 millones de euros a cierre de ejercicio, con un crecimiento interanual del 1,6% (+5,1% en términos orgánicos¹) tras registrar en el cuarto trimestre un avance del 6,6% interanual. Esta evolución viene explicada fundamentalmente por la mayor actividad de los principales clientes, especialmente del sector financiero en Brasil y México.

La diversificación de la cartera de clientes continúa en línea con el 2008, cerrando el año con un 53% de los ingresos generados por clientes multisector (externos al Grupo Telefónica), procediendo principalmente del sector de telecomunicaciones y financiero en México, Brasil, España y Venezuela.

En cuanto a la distribución geográfica de los ingresos, Brasil es el país que más aporta a los ingresos totales del Grupo Atento, representando un 50% (46% a cierre del 2008), seguido por España

con un 15% (disminuye desde el 17% del mismo periodo del año anterior por los efectos de la coyuntura económica actual y la salida de BBVA) y México con un 12%, sin cambios respecto a 2008. Los ingresos deslocalizados del Grupo Atento suponen un 8% del total de sus ingresos (7% en 2008), fundamentalmente desde España hacia Latinoamérica y Marruecos, así como desde México a Centroamérica.

El resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) del Grupo Atento alcanza 154 millones de euros a cierre del ejercicio 2009, un 17,4% inferior al de 2008 (-14,6% en términos orgánicos¹), si bien en el cuarto trimestre registra un crecimiento interanual del 1,9%. La evolución en el conjunto del año está motivada fundamentalmente por una mayor presión en precios derivada de la coyuntura económica actual, el incremento en los costes laborales por cambios regulatorios y laborales en varios países de Latinoamérica, así como por unos mayores costes de ocupación y mantenimiento de nuestros centros de atención, principalmente en Brasil.

El margen OIBDA en 2009 se sitúa en 11,6%, 2,7 p.p. inferior con respecto al año anterior, si bien en el cuarto trimestre, el margen registra un mejor comportamiento interanual (-0,7 p.p.) hasta alcanzar el 14,9%.

La inversión (CapEx) del ejercicio 2009 totaliza 52 millones de euros, lo que supone un descenso del 7,5% interanual y una caída del 3,4% en términos orgánicos¹, fundamentalmente por las menores inversiones llevadas a cabo en Chile, Colombia y España.

El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) se sitúa en 102 millones de euros en 2009 (-21,7% frente a 2008; -19,4% en términos orgánicos¹).

A cierre del año 2009, el Grupo Atento cuenta con 66.736 posiciones construidas, un 10% más que a 31 de diciembre de 2008.

¹ Asumiendo tipos de cambio constantes y excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela.

Grupo Atento Resultados Consolidados

	enero - diciembre			octubre - diciembre		
	2009	2008	% Var	2009	2008	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)						
Importe neto de la cifra de negocios	1.321	1.301	1,6	351	329	6,6
Trabajos para inmovilizado	-	-	-	-	-	-
Gastos por operaciones	(1.167)	(1.117)	4,5	(299)	(279)	7,2
Otros ingresos (gastos) netos	(0)	2	c.s.	0	1	(82,9)
Resultado de enajenación de activos	0	(0)	c.s.	0	(0)	c.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	154	186	(17,4)	52	51	1,9
Margen OIBDA	11,6%	14,3%	(2,7 p.p.)	14,9%	15,6%	(0,7 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(32)	(33)	(1,0)	(6)	(8)	(32,5)
Resultado operativo (OI)	122	154	(20,9)	47	43	8,5

Nota:

Datos 2009 impactados por el ajuste por hiperinflación en Venezuela.



05

Gestión
de Riesgos

Gestión de Riesgos

Instrumentos financieros derivados y política de Gestión de Riesgos

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

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

1. Riesgo de tipo de cambio.
El riesgo de tipo de cambio surge principalmente por: (i) la presencia internacional de Telefónica, con inversiones y negocios en países con monedas distintas del euro (fundamentalmente en Latinoamérica, pero también en el Reino Unido y en Chequia), y (ii) por la deuda en divisas distintas de las de los países donde se realizan los negocios, o donde radican las sociedades que han tomado la deuda.
2. Riesgo de tipo de interés.
El riesgo de tipo de interés surge principalmente por las variaciones en las tasas de interés que afectan a: (i) los costes financieros de la deuda a tipo variable (o con vencimiento a corto plazo, y previsible renovación), como consecuencia de la fluctuación de los tipos de interés, y (ii) del valor de los pasivos a largo plazo con tipos de interés fijo.
3. Riesgo de precio de acciones.
El riesgo de precio de acciones se debe, fundamentalmente, a la variación de valor de las participaciones accionariales (que pueden ser objeto de compra, venta o que puede estar sujeto de alguna manera a algún tipo de transacción), al cambio de los productos derivados asociados a esas inversiones, a cambios en el valor de las acciones propias en cartera y a los derivados sobre acciones.

Adicionalmente, Telefónica se enfrenta al riesgo de liquidez, que surge por la posibilidad de desajuste entre las necesidades de fondos (por gastos operativos y financieros, inversiones, vencimientos

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

Por último, Telefónica está expuesta al "riesgo país" (relacionado con los riesgos de mercado y de liquidez). Éste consiste en la posibilidad de pérdida de valor de los activos o de disminución de los flujos generados o enviados a la matriz, como consecuencia de inestabilidad política, económica, y social en los países donde opera Telefónica, especialmente en Latinoamérica.

Telefónica gestiona activamente los riesgos mencionados mediante el uso de instrumentos financieros derivados (fundamentalmente, sobre tipo de cambio, tipos de interés y acciones) e incurriendo en deuda en monedas locales, cuando resulta conveniente, con la finalidad de reducir las oscilaciones de los flujos de caja, de la cuenta de resultados, y en menor medida, parcialmente de las inversiones. De esta forma Telefónica pretende proteger su solvencia, y facilitar la planificación financiera y el aprovechamiento de oportunidades de inversión.

Telefónica gestiona el riesgo de tipo de cambio y el de tipo de interés en términos de deuda neta, basándose en sus cálculos. Telefónica entiende que estos parámetros son más apropiados para entender la posición de deuda. La deuda neta y la deuda financiera neta tienen en cuenta el impacto del balance de efectivo y equivalentes de efectivo, incluyendo las posiciones en instrumentos financieros derivados con un valor positivo relacionados con los pasivos. Ni la deuda neta ni la deuda financiera neta calculada por Telefónica debería ser considerada como una alternativa a la deuda financiera bruta (suma de la deuda financiera a corto y a largo plazo) como una medida de liquidez. Para mayor detalle sobre la reconciliación entre la deuda neta y la deuda financiera neta con la deuda bruta (véase la Nota 2).

Riesgo de Tipo de Cambio

El objetivo fundamental de la política de gestión del riesgo de cambio es que, en el caso de depreciación en las divisas frente al euro, cualquier pérdida potencial en el valor de los flujos de caja generados por los negocios en esas divisas (causadas por depre-

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

ciaciones del tipo de cambio frente al euro) se compense (al menos parcialmente) con los ahorros por menor valor en euros de la deuda en divisas. El grado de cobertura es variable para cada tipología de inversión.

A 31 de diciembre de 2009, la deuda neta en divisas latinoamericanas era equivalente a, aproximadamente, 5.622 millones de euros. No obstante, la composición de esta deuda neta en las distintas monedas latinoamericanas no es proporcional a los flujos generados en cada moneda. La efectividad futura de la mencionada estrategia de cara a la protección de riesgos cambiarios dependerá de dónde se produzcan las eventuales depreciaciones en relación con el euro.

El fin de Telefónica es protegerse frente a pérdidas en el valor de los activos latinoamericanos, por efectos de depreciaciones en las divisas latinoamericanas en relación con el euro, mediante el endeudamiento en dólares, tanto en España (asociado a la inversión mientras se considere que la cobertura es efectiva) como en los propios países con mercados de financiación o de coberturas en divisa local inadecuado o inexistente. A 31 de diciembre de 2009, la deuda neta en dólares de Telefónica ascendía al equivalente de 1.744 millones de euros, de los que 981 millones de euros están asociados a activos del segmento Telefónica Latinoamérica (Latam) y el resto (763 millones de euros) están relacionados con su inversión en China Unicom.

A 31 de diciembre de 2009, la deuda en libras era de aproximadamente 2,3 veces el OIBDA de 2009 de la unidad de negocio "Telefónica Europa" en Reino Unido. El fin de Telefónica es mantener la misma proporción en el ratio de deuda neta en libras a OIBDA que el ratio de la deuda neta OIBDA para Telefónica, para disminuir la sensibilidad de éste ante variaciones en la cotización de la libra respecto al euro. La deuda denominada en libras, a 31 de diciembre de 2009, asciende a 3.799 millones de euros equivalentes menor a los 3.855 millones de euros a 31 de diciembre de 2008.

Para la protección de la inversión en Chequia, Telefónica tiene deuda neta denominada en coronas checas que, a 31 de diciembre de 2009, asciende a un importe equivalente a 2.513 millones de euros, casi el 59% del coste inicial de la inversión, y menor que 2,3 veces el OIBDA del negocio de Telefónica Europa en la República Checa, un descenso desde los aproximadamente 3.034 millones de euros a 31 de diciembre de 2008.

Asimismo, Telefónica gestiona el riesgo de cambio buscando minimizar los impactos negativos sobre cualquier exposición al riesgo de cambio en la cuenta de resultados, sin perjuicio de que se mantengan posiciones abiertas. Estas posiciones surgen por tres tipos de motivos: (i) por la estrechez de algunos de los mercados de derivados o por la dificultad de obtener financiación en divisa local, lo que no permite una cobertura a bajo coste (como sucede en Argentina y Venezuela); (ii) por financiación mediante préstamos intragrupo, con un tratamiento contable del riesgo de divisa distinto a la financiación mediante aportaciones de capital; (iii) por decisiones propias, para evitar altos costes de cobertura no justificados por expectativas o altos riesgos de depreciación.

En 2009 se obtuvieron resultados negativos por la gestión del tipo de cambio por un total de 209 millones de euros, frente a los 24 millones de euros en resultados positivos registrados en 2008.

Para ilustrar la sensibilidad de las pérdidas o ganancias del tipo de cambio a las variaciones del tipo de cambio, en el supuesto de que se considerara constante durante 2010 la posición en divisa con impacto en cuenta de resultados existente a cierre de 2009 y las divisas Latam se depreciasen respecto al dólar y el resto de divisas respecto al euro un 10%, Telefónica estima que el impacto en cuenta de resultados por pérdidas o ganancias por tipo de cambio contabilizado para 2010 resultaría menor en 46 millones de euros. Sin embargo, en Telefónica se realiza una gestión dinámica para reducir dichos impactos.

Riesgo de Tipo de Interés

Los costes financieros de Telefónica están expuestos a las oscilaciones de los tipos de interés. En 2009, los tipos de corto plazo con mayor volumen de deuda de Telefónica expuesta a ellos han sido, fundamentalmente, el Euribor, el Pribor de la corona checa, la tasa SELIC brasileña, el Libor del dólar y la UVR colombiana. En términos nominales, a 31 de diciembre de 2009, el 52,6% de la deuda neta de Telefónica (o el 50% de la deuda neta a largo plazo), tenía su tipo fijado por un periodo superior a un año comparado con el 43,8% de la deuda neta (46,3% de la deuda neta a largo plazo) que había en 2008. Del 47,4% restante (deuda neta a flotante o a tipo fijo con vencimiento menor a un año) 24 puntos porcentuales tenían el tipo de interés acotado por un plazo superior a un año (o el 10,7% de la deuda neta a largo plazo), mientras que a 31 de diciembre de 2008 estaba acotado 28 puntos porcentuales de la deuda neta a flotante o a tipo fijo con vencimiento inferior a 1 año (17% de la deuda neta a largo plazo). Esta reducción en 2009 frente a 2008 es consecuencia de la decisión de cancelar o no renovar un equivalente a 2.234 millones de euros de *caps* y *floors* en euros, dólares y libras esterlinas anticipando una caída de los tipos de interés.

Además, la actualización financiera de los pasivos por jubilaciones durante el año ha sido descontada al valor actual empleando la curva de los mercados de *swap*. La caída de los tipos ha supuesto un aumento del valor de dichos pasivos. Sin embargo este incremento se ha visto compensado, casi en su totalidad, con un aumento de valor de los derivados de cobertura asociados a dichas posiciones.

El resultado financiero neto aumentó un 18,2% hasta 3.307 millones de euros en 2009, comparado con los 2.797 millones de euros de 2008, principalmente por el impacto de Venezuela. Excluyendo los resultados por tipo de cambio, el resultado financiero neto ha sido de 2.767 millones de euros, un 1,9% inferior a los 2.821 millones de euros contabilizados en 2008.

Para dar una idea de la sensibilidad de los costes financieros a la variación de los tipos de interés de corto plazo, en el supuesto en que se incrementaran en 100 puntos básicos en los tipos de interés en todas las divisas donde se mantiene una posición financiera a 31 de diciembre de 2009, y considerando la posición de cierre del año constante en su composición en divisa, el incremento de gasto financiero neto a 31 de diciembre de 2010 sería de 124 millones de euros.

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

Riesgo de Precio de Acciones

Telefónica está expuesta a la variación de valor de las participaciones accionariales que pueden ser objeto de transacciones, de los productos derivados sobre las mismas, de las acciones propias en cartera, y de los derivados sobre acciones.

Dentro de la política de retribución al accionista, en 2008, Telefónica anunció la ejecución de un programa de recompra de acciones por un importe total de 150 millones de acciones. Este programa de recompra de acciones se finalizó el 31 de marzo de 2009.

Según se establece en el Plan de Opciones sobre Acciones de Telefónica, S.A. –*Performance Share Plan (PSP)*– (véase Nota 20), la procedencia de las acciones puede ser acciones de Telefónica, S.A. en autocartera, que hayan adquirido o adquieran, tanto la propia Telefónica, S.A. como cualesquiera sociedades de su grupo o acciones de nueva emisión. La posibilidad de entregar acciones a los empleados en el futuro, en función de la remuneración o beneficio relativo percibido por el accionista, implica un riesgo dado que podría existir la obligación de entregar el número máximo de acciones al final de cada ciclo, cuya adquisición (en el caso de compra en mercado) en el futuro podría suponer una salida de caja superior a la que se requeriría a la fecha de comienzo de cada ciclo si el precio de la acción se encuentra por encima del precio correspondiente a la fecha de comienzo del ciclo. En el caso de emisión de nuevas acciones para entregarlas a los beneficiarios del plan, se produciría un efecto dilutivo para el accionista ordinario de Telefónica al existir un número mayor de acciones en circulación.

Con el fin de reducir el riesgo asociado a las variaciones en el precio de la acción bajo este plan, Telefónica ha adquirido instrumentos derivados que reproducen el perfil de riesgo de las acciones, los cuales se describen en la Nota 20.

Asimismo, parte de las 6.329.530 acciones de Telefónica, S.A. en cartera al cierre del ejercicio podrán destinarse a la cobertura del PSP. El valor de liquidación de las acciones en autocartera podría verse modificado al alza o la baja en función de las variaciones del precio de la acción de Telefónica.

Adicionalmente, en la Junta General Ordinaria de Accionistas de 2009, se aprobó un plan de recompra incentivada de acciones para empleados del Grupo. El coste del mismo no excederá de 60 millones de euros. Este plan se espera que sea implantado durante la primera mitad del ejercicio 2010. Telefónica analizará si pudiera ser conveniente tomar alguna medida para reducir posibles riesgos por la entrega de acciones en el futuro.

Riesgo de Liquidez

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

1. El vencimiento medio de la deuda financiera neta de Telefónica se intentará que sea superior a 6 años, o sea recuperado ese umbral en un periodo razonable de tiempo si eventualmente cae por debajo de ese límite. Este criterio es considerado como una directriz en la gestión de la deuda y en el acceso a los mercados de capitales, pero no un requisito rígido. A efectos de cálculo de la vida media de la deuda financiera neta y la parte de las líneas de crédito disponibles pueden ser consideradas que compensan los vencimientos de la deuda a corto plazo y las opciones de extensión del vencimiento en algunas operaciones de financiación pueden ser consideradas como ejercitadas.
2. Telefónica debe poder pagar todos sus compromisos en los próximos 12 meses, sin necesidad de apelar a nuevos créditos o a los mercados de capitales (aunque contando con las líneas comprometidas en firme por entidades financieras), en un supuesto de cumplimiento presupuestario.

A 31 de diciembre de 2009, el vencimiento medio de la deuda financiera neta (43.551 millones de euros) era de 6,55 años. Telefónica necesitaría generar alrededor de 6.649 millones de euros por año para poder repagar la deuda en ese plazo si aplicara el efectivo en su integridad a dicho fin.

A 31 de diciembre de 2009, los vencimientos brutos de deuda previstos para 2010 ascienden a, aproximadamente, 8.647 millones de euros (incluyendo la posición neta de instrumentos financieros derivados), que son inferiores a la disponibilidad de fondos, medida como la suma de: a) las inversiones financieras temporales y tesorería a 31 de diciembre de 2009 (10.482 millones de euros, excluyendo los instrumentos financieros derivados); b) la generación de caja anual prevista para 2010; y c) las líneas de crédito comprometidas por entidades bancarias, no utilizadas y con un vencimiento inicial superior a un año (por un importe superior a 4.480 millones de euros a 31 de diciembre de 2009), lo que otorga flexibilidad a Telefónica a la hora de acceder a los mercados de capitales o de créditos en los próximos 12 meses. Para una descripción de otras operaciones de financiación enmarcadas dentro de estas medidas realizadas en 2009, véase la Nota 13.2 "Pasivos Financieros" y el Anexo III.

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

Riesgo País

Para gestionar o mitigar el riesgo país, Telefónica ha venido actuando en dos grandes líneas (aparte de la gestión ordinaria de los negocios):

1. Compensar parcialmente los activos con pasivos, no garantizados por la matriz, en las compañías latinoamericanas de Telefónica, de modo que una eventual pérdida de los activos fuera acompañada de una reducción de los pasivos, y
2. Repatriar aquellos fondos generados en Latinoamérica no necesarios para acometer nuevas oportunidades de desarrollo rentable del negocio en la región.

En referencia al primer punto, a 31 de diciembre de 2009, las compañías latinoamericanas de Telefónica tienen un volumen de deuda financiera neta, no garantizada por la matriz, que asciende a 4.044 millones de euros, un 9,29% sobre la deuda financiera neta consolidada.

En cuanto a la repatriación de fondos a España, en 2009 se recibieron 1.790 millones de euros desde Latinoamérica, 766 millones de euros en concepto de dividendos y 1.024 millones de euros, en concepto de préstamos intragrupo (devolución de principal y pago de intereses) y reducciones de capital. Estos importes fueron igualmente compensados por importes adicionales invertidos en Latinoamérica, fundamentalmente, en Perú (27 millones de euros), en Argentina (2 millones de euros) y en Colombia (1 millón de euros). Como resultado, en términos netos, los fondos repatriados netos a España desde las compañías latinoamericanas ascendieron a un importe de 1.760 millones de euros al cierre del año 2009.

En este aspecto cabe resaltar que, desde febrero de 2003, está en vigor un régimen de control cambiario en Venezuela, gestionado, como se ha indicado antes, por la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI). Este organismo ha dictado diversas normativas ("providencias") que regulan las modalidades de venta de divisas en Venezuela al tipo de cambio oficial. Las empresas extranjeras que están debidamente registradas como inversores extranjeras tienen derecho a solicitar aprobación para adquirir divisas al tipo de cambio oficial a CADIVI de acuerdo con la providencia Número 029, Artículo 2, apartado c) "Remisión de beneficios, utilidades, rentas, intereses y dividendos de la inversión internacional". Telcel, filial de Telefónica en Venezuela, obtuvo en 2006 la aprobación de 295 millones de bolívares por este concepto, en 2007 por 473 millones de bolívares y en 2008 por 785 millones de bolívares. Al 31 de diciembre está pendiente de aprobación el último dividendo acordado por la compañía por un importe de 1.152 millones de Bolívares fuertes.

Riesgo de Crédito

Telefónica está expuesta al riesgo de crédito a través de sus operaciones en derivados con contrapartidas de alta calidad crediticia cuyo rating aplicable a su "Deuda Senior" está por lo menos en el rango "A". En España, donde reside la mayor cartera de derivados de Telefónica, existen acuerdos de "netting" con las entidades financieras, de forma que se pueden compensar en caso de quiebra posiciones deudoras y acreedoras, siendo el riesgo sólo por la posición neta. Para otras filiales, en especial para las filiales de Latinoamérica, dado que el rating soberano establece un techo y éste es inferior al "A", se opera con entidades financieras locales cuyo rating para los estándares locales es considerado de muy alta calidad crediticia.

Asimismo, respecto al riesgo crediticio de las partidas de efectivo y equivalentes de efectivo, Telefónica coloca sus excedentes de tesorería en activos del mercado monetario de alta calidad crediticia y máxima liquidez. Dichas colocaciones están reguladas por un marco general que se revisa anualmente en función de las condiciones de mercado y de los países en los que Telefónica opera. En dicho marco general se establecen: (i) los importes máximos a invertir por contrapartida dependiendo del rating (calificación crediticia a largo plazo) de la misma; (ii) el plazo máximo al que realizar las inversiones y (iii) los instrumentos en los que se pueden colocar excedentes. En el caso de Telefónica, S.A., que es la Sociedad que coloca la mayor parte de los excedentes de Telefónica, el plazo máximo de colocación se limitó en 2009 a 180 días y la calidad crediticia de las contrapartidas utilizadas, medido en términos de "rating", se situó por encima de "A-" y/o "A3" por Standard & Poors' y Moody's, respectivamente.

Para ello, se establecen políticas, procedimientos, circuitos de autorización y prácticas de gestión homogéneas en todas las empresas de Telefónica, teniendo en cuenta sus particulares necesidades y las mejores prácticas internacionales en el sector de las telecomunicaciones, e incorporando este modelo de gestión del riesgo de crédito comercial en los procesos de decisión de Telefónica, tanto a nivel estratégico, como en los operativos del día a día.

Telefónica entiende la gestión del riesgo de crédito comercial o de clientes como uno de los elementos esenciales para contribuir a los objetivos de crecimiento del negocio y de la base de clientes, de forma coherente con el modelo corporativo de gestión de riesgos de Telefónica.

Así, la gestión del riesgo de crédito comercial de Telefónica se fundamenta en una evaluación constante del riesgo asumido y de los recursos necesarios para gestionar las diferentes unidades de Telefónica, de manera que se optimice la relación rentabilidad-riesgo en sus operaciones y se evalúen, con una especial atención todos aquellos clientes que puedan generar un impacto material en los estados financieros de Telefónica.

La exposición máxima al riesgo de crédito mantenida por Telefónica está principalmente representada por el valor en libros de los activos (véanse Notas 11 y 13) así como por las garantías prestadas por Telefónica.

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

Gestión del Capital

La dirección financiera de Telefónica, responsable de la gestión del capital de Telefónica, considera varios argumentos para la determinación de la estructura de capital de la Compañía, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del negocio y maximizar el valor a los accionistas.

El primero, la consideración del coste del capital en cada momento, de forma que se aproxime a una combinación que optimice el mismo. Para ello, el seguimiento de los mercados financieros y la actualización de la metodología estándar en la industria para su cálculo (WACC, "weighted average cost of capital") son los parámetros que se toman en consideración para su determinación. El segundo, un ratio de apalancamiento que permita obtener y mantener la calificación crediticia deseada en el medio plazo y con la que Telefónica pueda compatibilizar el potencial de generación de caja con los usos alternativos que pueden presentarse en cada momento.

Estos argumentos generales comentados anteriormente se completan con otras consideraciones y especificidades que se tienen en cuenta a la hora de determinar la estructura financiera de Telefónica, tales como el riesgo país en su acepción amplia, la eficiencia fiscal o la volatilidad en la generación de la caja.

Política de Derivados

A 31 de diciembre de 2009, el importe nominal de derivados vivos contratados con contrapartidas externas ascendía a 131.614 millones de euros equivalentes, un 7,3% inferior sobre las cifras presentadas en 2008 (141.984 millones de euros equivalentes). Este volumen resulta tan elevado porque sobre un mismo subyacente se puede aplicar varias veces derivados por un importe igual a su nominal. Por ejemplo, una deuda en divisa se puede pasar a euros a tipo variable, y luego sobre cada uno de los periodos de tipos de interés puede realizarse una fijación de tipos mediante un FRA (*Forward Rate Agreement*). Aun ajustando así a la baja la posición, es necesario extremar la prudencia en el uso de derivados para evitar problemas por errores o falta de conocimiento de la posición real y sus riesgos.

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

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

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

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

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

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

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

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

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

En general, se busca que el derivado de cobertura y el subyacente o riesgo que cubre estén en la misma empresa. Sin embargo, en otras ocasiones, las coberturas se han efectuado en entidades holding de las empresas donde está registrado el subyacente, (Telefónica, S.A. y Telefónica Internacional, S.A.). Las principales razones para la mencionada separación entre la cobertura y el subyacente han sido la posibilidad de diferencias en la validez legal de las coberturas locales frente a las internacionales (como consecuencia de cambios legales imprevistos) y la diferente calidad crediticia de las contrapartidas (tanto de las compañías de Telefónica involucradas como las de las entidades bancarias).

4. Capacidad de valoración del derivado a precio de mercado, mediante los sistemas de cálculo de valor disponibles en Telefónica.

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

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

Telefónica considera la venta de opciones cuando: i) hay una exposición subyacente (registrada en el estado de situación financiera consolidado o asociada a un flujo externo altamente probable) que contrarresta la pérdida potencial por el ejercicio de la opción por la contrapartida, o ii) esta opción forma parte de una estructura donde exista otro derivado que puede compensar dicha pérdida. Igualmente, se permite la venta de opciones incluidas en estructuras de opciones donde en el momento de la contratación la prima neta sea mayor o igual a cero.

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

6. Contabilidad de Cobertura.

Los riesgos cuya cobertura puede contabilizarse como tal son, principalmente:

- La variación de los tipos de interés de mercado (bien del tipo monetario, bien diferencial de crédito, o de ambos) que influye en la valoración del subyacente, o en la determinación de los flujos.
- La variación del tipo de cambio que modifica la valoración del subyacente en términos de la moneda funcional de la empresa y que influye en la determinación del flujo respecto a la moneda funcional.

- La variación de la volatilidad asociada a cualquier variable financiera, activo o pasivo financiero, que modifique, bien la valoración, bien la determinación de flujos en deudas o inversiones con opciones implícitas, sean éstas separables o no.
- La variación de la valoración de cualquier activo financiero, en especial acciones de empresas que estén dentro de la cartera de "Activos financieros disponibles para la venta".

En relación al subyacente,

- Las coberturas podrán ser por la totalidad del importe o por una parte del mismo.
- El riesgo a cubrir puede ser todo el plazo de la operación, o bien por una fracción temporal de la misma.
- El subyacente, puede ser una transacción futura altamente probable, o bien ser un subyacente contractual (un préstamo, un pago en divisa extranjera, una inversión, un activo financiero...) o bien una combinación de ambas situaciones que conformen una definición de subyacente más extensa en cuanto al plazo del mismo.

Así pues, se pueden dar casos en que los instrumentos de cobertura contratados tienen plazos mayores que los subyacentes contractuales a los que están asociados. Esto sucede cuando Telefónica entra en *swaps*, *caps*, o *collars* de largo plazo para protegerse de subidas de tipos de interés que pudieran elevar los costes financieros generados por los pagarés, el papel comercial y ciertos préstamos a tipo variable con vencimientos inferiores a los de la cobertura. La probabilidad de renovar dichas operaciones de financiación a tipo flotante es muy elevada y a ello se compromete Telefónica al definir el subyacente de una forma más general como un programa de financiación a tipos flotantes cuyo vencimiento coinciden con el vencimiento de la cobertura.

La tipología de las coberturas puede ser:

- Coberturas de valor razonable.
- Coberturas de flujos de efectivo. Tales coberturas pueden establecerse para cualquier valor del riesgo a cubrir (tipos de interés, tipo de cambio, etc.) o bien por un rango determinado del mismo (tipo de interés entre 2% y 4%, tipo de interés por encima de 4%, etc). En este último caso, se utilizarán como instrumento de cobertura las opciones, y sólo se reconocerá como parte efectiva el valor intrínseco de la opción registrando en resultados las variaciones del valor temporal de la opción. Los cambios en el valor temporal de las opciones son reconocidas en la cuenta de resultados. Para evitar oscilaciones excesivas en la cuenta de resultados por la variaciones del valor temporal, se realiza una asignación dinámica del ratio de cobertura (importe de opciones con contabilidad de cobertura en relación con importe de opciones no contabilizadas como de cobertura), tal y como permite la norma.

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

- Coberturas de inversión neta asociada a filiales extranjeras. En general, son realizadas por Telefónica S.A., y los otros holdings de Telefónica. Para dichas coberturas se utiliza, siempre que sea posible, deuda real en divisa extranjera. Sin embargo, en muchas ocasiones, esto no será posible para muchas divisas latinoamericanas, ya que las empresas no residentes no pueden emitir deuda en esas divisas por no ser convertibles. Puede suceder que la profundidad del mercado de deuda en dicha divisa extranjera no sea suficiente en relación al objetivo de cobertura (por ejemplo, la corona checa y la libra esterlina), o que para una adquisición se utilice caja acumulada y no se necesite recurrir al mercado financiero. En estos casos, se recurrirá a instrumentos derivados, tanto *forward* como *cross-currency swap* para realizar las coberturas de inversión neta.

Las coberturas podrán estar formadas por un conjunto de diferentes derivados.

La gestión de las coberturas contables no es estática, y la relación de cobertura puede cambiar antes del vencimiento de la cobertura. Las relaciones de cobertura pueden alterarse para poder realizar una gestión adecuada siguiendo los principios enunciados de estabilizar los flujos de caja, los resultados financieros y proteger el valor de los recursos propios. Así pues, la designación de las coberturas puede ser revocada como tal, antes del vencimiento de la misma, bien por un cambio en el subyacente, bien por un cambio

en la percepción del riesgo en el subyacente o bien por un cambio en la visión de los mercados. Los derivados incluidos en esas coberturas pueden ser reasignados a otras posibles nuevas coberturas que deberán cumplir los test de efectividad y estar bien documentadas. Para medir la eficacia de las operaciones definidas como coberturas contables, el Grupo lleva a cabo un análisis sobre en qué medida los cambios en el valor razonable o en los flujos de efectivo del elemento de cobertura compensarían los cambios en el valor razonable o flujos de efectivo del elemento cubierto atribuibles al riesgo que se pretende cubrir, utilizando para este análisis el método de regresión lineal.

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

El desglose de los resultados financieros registrados en los ejercicios 2009, 2008 y 2007 es el siguiente:

	2009	2008	2007
Millones de euros			
Ingresos por intereses	528	589	524
Dividendos recibidos	45	67	72
Otros ingresos financieros	151	217	107
Gastos por intereses	(3.036)	(3.333)	(3.175)
Inefectividad de coberturas de flujos de efectivo	(17)	(71)	(43)
Actualización financiera de provisiones y otros pasivos	(254)	(453)	(200)
Variaciones en valor razonable de activos financieros a valor razonable con cambios en resultados	124	341	25
Variaciones en valor razonable de pasivos financieros a valor razonable con cambios en resultados	(132)	(115)	(4)
Traspaso desde patrimonio de resultados por coberturas de flujos de efectivo	77	(50)	(17)
Traspasos desde patrimonio de resultados por activos disponibles para la venta	4	(2)	(107)
(Ganancia)/pérdida por derivados de cobertura de valor razonable	(427)	912	75
Pérdida/ (ganancia) por el ajuste a los elementos cubiertos en coberturas de valor razonable	439	(883)	(102)
Otros gastos	(269)	(40)	(6)
Resultado financiero neto excluidas las diferencias de cambio	(2.767)	(2.821)	(2.851)

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

El desglose de los derivados del Grupo al 31 de diciembre de 2009, así como su valor razonable a dicha fecha y el calendario esperado de vencimientos es el siguiente:

Derivados	Valor razonable 31-12-09**	Vencimientos (Valor nominal)*				Total
		2010	2011	2012	Posteriores	
Millones de euros						
Cobertura de tipo de interés	(282)	3.044	(103)	163	(2.520)	584
Cobertura de flujos de caja	147	1.769	1.143	659	3.024	6.595
Cobertura de valor razonable	(429)	1.275	(1.246)	(496)	(5.544)	(6.011)
Cobertura de tipos de cambio	1.055	1.792	788	112	4.900	7.592
Cobertura de flujos de caja	1.055	1.797	788	112	4.900	7.597
Cobertura de valor razonable	-	(5)	-	-	-	(5)
Cobertura de tipo de interés y tipo de cambio	157	14	(419)	(314)	(281)	(1.000)
Cobertura de flujos de caja	152	51	(426)	(171)	(360)	(906)
Cobertura de valor razonable	5	(37)	7	(143)	79	(94)
Cobertura de la inversión	(276)	(2.555)	(958)	(113)	(868)	(4.494)
Derivados no designados de cobertura	(612)	6.110	341	388	(744)	6.095
De tipo de interés	(299)	5.532	413	483	(1.770)	4.658
De tipo de cambio	(270)	738	(9)	(28)	1.026	1.727
De tipo de interés y de tipo de cambio	(43)	(160)	(63)	(67)	-	(290)

* Para coberturas de tipo de interés el importe de signo positivo está en términos de "pago" fijo.

Para coberturas de tipo de cambio un importe positivo significa pago en moneda funcional versus moneda extranjera.

** El importe de signo positivo significa cuenta a pagar.

Adicionalmente, la Compañía tiene deuda asignada a la inversión por importe de 944 millones de dólares, 2.643 millones de libras y 302 millones de coronas checas (datos en euros equivalentes).

El desglose de los derivados del Grupo al 31 de diciembre de 2008, así como su valor razonable a dicha fecha y el calendario esperado de vencimientos era el siguiente:

Derivados	Valor razonable 31-12-08**	Vencimientos (Valor nominal)*				Total
		2009	2010	2011	Posteriores	
Millones de euros						
Cobertura de tipo de interés	(612)	2.031	1.747	520	72	4.370
Cobertura de flujos de caja	183	2.028	493	1.749	3.505	7.775
Cobertura de valor razonable	(795)	3	1.254	(1.229)	(3.433)	(3.405)
Cobertura de tipos de cambio	519	985	2.382	793	3.717	7.877
Cobertura de flujos de caja	519	985	2.382	793	3.717	7.877
Cobertura de valor razonable	0	0	0	0	0	0
Cobertura de tipo de interés y tipo de cambio	(173)	12	458	18	399	887
Cobertura de flujos de caja	(71)	18	232	4	288	542
Cobertura de valor razonable	(102)	(6)	226	14	111	345
Cobertura de la inversión	(546)	(2.830)	(517)	(1.125)	(751)	(5.223)
Derivados no designados de cobertura	(868)	7.328	(627)	(578)	(164)	5.959
De tipo de interés	(271)	8.587	(303)	(609)	(1.100)	6.575
De tipo de cambio	(395)	(839)	(137)	96	1.026	146
De tipo de interés y de tipo de cambio	(202)	(420)	(187)	(65)	(90)	(762)

* Para coberturas de tipo de interés el importe de signo positivo está en términos de "pago" fijo.

Para coberturas de tipo de cambio un importe positivo significa pago en moneda funcional versus moneda extranjera.

** El importe de signo positivo significa cuenta a pagar.

En el Anexo III se detallan los productos derivados contratados a 31 de diciembre de 2009 y 2008.

Nota: Las notas a las que se hace referencia en este apartado están incluidas en el Informe Financiero 2009 de Telefónica, S. A.

Telefónica, S.A.
Informe Anual 2009

El presente Informe está disponible en el sitio web de Telefónica en Internet:
www.telefonica.com

Los accionistas pueden solicitar también ejemplares de este Informe a la
Oficina del Accionista a través del teléfono gratuito 900 111 004 (para España),
o por correo electrónico a: accion.telefonica@telefonica.es

Asimismo se encuentra a disposición de los accionistas y el público en general
la información exigida por la legislación vigente.

Publicación:
Secretaría General Técnica de la Presidencia

Diseño y Maquetación:
IMAGIA *officina*

Impresión:
Egraf S.A.

Fecha de edición: Mayo 2010
Depósito Legal:



Este documento ha sido impreso en papel con certificación medioambiental FSC.

Telefonica

www.telefonica.com