



2011

Informe Anual

Juntos para transformar
...la vida digital

Telefonica



Telefonica

Sumario

Carta del Presidente

Pág. 4-7



Telefónica hoy

Pág. 10-11



Presencia en países

Pág. 12-13



Órganos de
Gobierno y Dirección

Ejercicio 2011

Pág. 16-17



Programa Bravo!+

Pág. 18-21



+ Cliente

Pág. 22-27



+ Digital

Pág. 28-31



+ Global

Pág. 32-35



+ Ágil

Pág. 36-45



+ Líder

Resultados

Pág. 48-101



Enero-Diciembre

Pág. 102-111



Política de
gestión de riesgos



La visión de la Compañía



Estimados accionistas:

Es para mí un placer compartir con todos ustedes un breve balance de la gestión y resultados de Telefónica del año 2011, así como las positivas perspectivas de futuro de nuestra Compañía.

El pasado año ha sido un año de retos para todos. En el transcurso de 2011, los países desarrollados continuaron mostrando importantes signos de debilidad, especialmente en la zona Euro, donde el crecimiento económico sólo alcanzó el 1,4%. Sin duda, estamos asistiendo a la creación de un nuevo orden económico mundial, donde el crecimiento procede primordialmente de economías emergentes, como Asia y Latinoamérica. Esta realidad evidencia de nuevo, la importante ventaja competitiva que la diversificación geográfica supone para nuestra Compañía.

En un ejercicio marcado por un entorno macroeconómico, competitivo y regulatorio complicado, nuestra fuerte diversificación y nuestra capacidad de adaptación nos han permitido obtener unos sólidos resultados, en línea con los objetivos que habíamos anunciado, una generación de caja récord y una remuneración al accionista que sigue siendo diferencial, no sólo en nuestro sector, sino en los mercados en general.

En paralelo, hemos aprovechado este año para dar un paso decisivo en el proceso de transformación de nuestra Compañía, que nos permite afrontar mejor los retos a los que nos enfrentamos, incrementar nuestro potencial de crecimiento y capturar las oportunidades que el nuevo mundo digital brinda. Un nuevo mundo digital que supone una oportunidad única para consolidar nuestro liderazgo y contribuir a dar forma a un futuro mejor para todos nuestros clientes.

Espero que en esta carta encuentren las claves que afiancen su convencimiento de estar invirtiendo en un sector de futuro y en la compañía mejor preparada para aprovechar las grandes oportunidades que la digitalización de la economía nos ofrece, a pesar de la difícil coyuntura económica actual.

Sólidos resultados y diversificación

En el ejercicio 2011 hemos avanzado en la estrategia de captar el crecimiento de los mercados en los que estamos presentes, reforzando nuestro posicionamiento competitivo. Esta estrategia se ha traducido en un aumento de 19 millones de clientes, hasta superar los 306 millones, lo que supone un nuevo hito en nuestro crecimiento. Este impulso ha venido en gran medida explicado por el crecimiento significativo de los clientes móviles y de la banda ancha móvil.

El aumento de nuestra base de clientes y la creciente contribución del negocio de banda ancha móvil han impulsado el crecimiento de nuestros ingresos, que han aumentado un 3,5% en 2011, hasta alcanzar 62.837 millones de euros.

"Hemos aprovechado este año para transformar la Compañía incrementando nuestro potencial de crecimiento"

El avance en la diversificación de nuestro negocio ha sido notable en este ejercicio, reforzando significativamente nuestra posición en Latinoamérica. De esta forma, esta región representa ya más del 45% de los ingresos y generación de caja operativa de nuestra Compañía mientras que casi el 55% proviene de nuestras operaciones en Europa.

En Latinoamérica, nuestros ingresos han aumentado más de un 13%. Telefónica disfruta de la mayor base de clientes móviles de contrato de la región y lidera la adopción de la banda ancha móvil. En el mercado más importante de la región, Brasil, hemos fortalecido nuestro liderazgo, convirtiéndose este país en nuestra principal fuente de crecimiento, con un potencial de futuro brillante.

En Europa, la difícil coyuntura no ha impedido que sigamos empujando la adopción de nuevos servicios de banda ancha como palanca clave de los ingresos, en un entorno de presión en los servicios tradicionales de voz por la fuerte competencia y una regulación adversa. Los cambios en las ofertas comerciales realizados en nuestros principales mercados se han traducido en una visible reactivación comercial y los esfuerzos realizados en la búsqueda de eficiencias ya han empezado a dar sus frutos.

La sostenibilidad de este crecimiento en los próximos años constituye un elemento prioritario de nuestra gestión. Por este motivo, hemos realizado una inversión de más de 10.200 millones de euros en el año 2011. Este esfuerzo inversor refleja la importancia que damos en Telefónica a contar con una red diferencial, de máxima calidad, que nos permita ofrecer servicios cada vez más sofisticados y compatibles con todo tipo de dispositivos. Algo que sin duda va a ser fundamental para la generación futura de ingresos y para mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

Déjenme terminar este breve resumen de los resultados destacando la generación de caja en el ejercicio de 9.270 millones de euros. Esta es una cifra récord en la historia de la Compañía, que supone un crecimiento del 9,5% respecto a 2010 y equivale a 2,06 euros por acción. Esta generación de caja supera además a la de la gran mayoría de nuestros competidores.

“Que Telefónica sea la empresa que ofrece la mayor rentabilidad por dividendo pone de manifiesto el firme compromiso de nuestra empresa con sus accionistas”

Retribución diferencial a nuestros accionistas

Pocas compañías pueden compararse con Telefónica en cuanto a la evolución histórica de la remuneración a sus accionistas. Si hacemos un repaso de los últimos años, Telefónica ha ido incrementando progresivamente el dividendo por acción, desde los 0,5 euros por acción del año 2005 hasta los 1,60 del año 2011. Este incremento continuo, ha supuesto que se destinen en estos siete años más de 40.000 millones de euros a la remuneración a nuestros accionistas.

Del dividendo del año 2011, de 1,60 euros por acción, ya se ha realizado el primer pago de 0,77 euros el pasado mes de noviembre. Para el importe restante, de 0,83 euros por acción, el Consejo de Administración de Telefónica ha propuesto a su Junta General de Accionistas, retribuir 0,53 euros por acción en efectivo pagadero el próximo 18 de mayo y ofrecer la posibilidad de percibir los 0,30 euros restantes en efectivo o en acciones de la Compañía.

En el entorno actual, y teniendo en cuenta la valoración de la acción de Telefónica, la Compañía ha decidido anticipar el esquema de remuneración flexible inicialmente previsto para 2013. De esta forma, para el año 2012 les seguiremos ofreciendo una remuneración muy atractiva por un importe de 1,50 euros por acción, incluyendo el pago de un dividendo en efectivo de 1,30 euros por acción y una recompra de acciones por el importe restante. Las acciones propias compradas serán amortizadas y el plazo para realizar dicha recompra de acciones finalizará en mayo de 2013.

El dividendo anunciado para 2012 supone una rentabilidad del 11,5% a precios actuales de la acción¹. El hecho de que Telefónica sea la empresa, de entre las cien mayores del mundo por capitalización bursátil, que ofrezca mayor rentabilidad por dividendo esperado para 2012, pone de manifiesto el firme compromiso de nuestra empresa con sus accionistas.

¹ 11,295 Euros a 25/4/2012

Positivas perspectivas de futuro

Déjenme ahora que resalte las positivas perspectivas de futuro de nuestra Compañía. El mundo digital donde opera Telefónica crece de manera consistente por encima de la economía a nivel global y, de hecho, se estima que crezca a una tasa anual media en torno al 5% en los próximos 4 años.

Estas buenas expectativas tienen su explicación en la progresiva digitalización de la economía real, una digitalización que va más allá de nuestra necesidad de comunicarnos. Que significa que sectores como la sanidad, las administraciones públicas, la educación o el entretenimiento, están demandando nuevas aplicaciones y servicios digitales, aplicaciones y servicios que permitan, en definitiva, alcanzar mayores niveles de eficiencia y mejor calidad de vida.

Podemos decir, sin riesgo a equivocarnos, que evolucionamos hacia un mundo digital hiper-conectado e inteligente. Un mundo en que casi todo dispositivo o equipo electrónico esté conectado a Internet. Como ejemplo déjenme mencionar las ciudades inteligentes hacia las que poco a poco estamos evolucionando. Ciudades que usan las Tecnologías de la Información y Comunicación para conectar decenas de miles de sensores que adquieren información en tiempo real, y utilizan esa información para ofrecer servicios a los ciudadanos. Mejorando su calidad de vida y facilitando el cambio hacia una sociedad cada vez más sostenible.

Esto es sólo un ejemplo de las oportunidades que el mundo digital brinda a una compañía como Telefónica. Les puedo asegurar que ya estamos aprovechando estas oportunidades y que lo vamos a seguir haciendo en el futuro.

En Telefónica tenemos muy claro que la base del éxito de nuestra Compañía es satisfacer a nuestros clientes, por eso, la estrategia de crecimiento de Telefónica para los próximos años se centra en mejorar la experiencia de nuestros clientes al utilizar nuestros productos y servicios, para así no sólo seguir creciendo sino liderar este crecimiento.

307 millones
de clientes

hablan del crecimiento de la
Compañía durante 2011

En Latinoamérica
crecemos más de un 13%

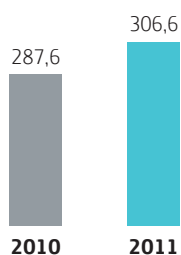
y disfrutamos de la mayor base de clientes móviles
de contrato de la región

Los 9.270 millones
de euros de caja

suponen un incremento del 9,5% respecto a 2010
y un récord en la historia de la Compañía

Evolución de clientes

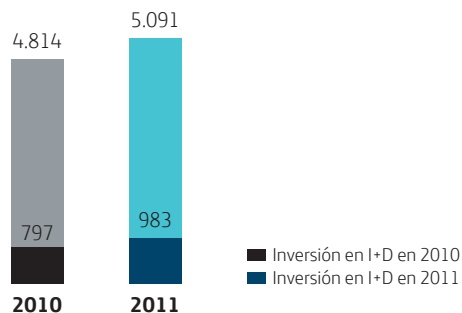
En millones de accesos

**Ingresos**

En millones de euros

**Innovación tecnológica**

En millones de euros



Para aprovechar las oportunidades que la digitalización de la economía nos ofrece y reforzar las relaciones con nuestros clientes, Telefónica ha llevado a cabo una profunda transformación de la estructura organizativa de la Compañía. Hemos lanzado dos unidades comunes para el Grupo: Telefónica Digital y Telefónica Recursos Globales y hemos creado dos unidades de negocio, en torno a las dos grandes regiones en las que operamos: Europa y Latinoamérica.

La nueva unidad de negocio Telefónica Digital está centrada en capturar todas las oportunidades de crecimiento que ofrece el mundo digital, acelerando la innovación, ampliando y reforzando nuestra cartera de productos y servicios y maximizando las ventajas de nuestra amplia base de clientes.

La creación de la unidad operativa Telefónica Recursos Globales tiene el objetivo de aumentar la eficiencia y sostenibilidad de nuestros negocios, aprovechando al máximo los beneficios de nuestra escala. En esta unidad se establecen procesos globales para áreas como compras, sistemas, operaciones y recursos humanos.

La creación de estas dos nuevas unidades se alinea perfectamente con las prioridades estratégicas de Telefónica, mejora nuestro posicionamiento en el mundo digital y acelera nuestra transformación hacia una compañía íntegramente global. Además, nos va a permitir ser más ágiles, dando respuestas más simples y rápidas ante las oportunidades y retos que se nos presentan.

Les puedo asegurar que con la ejecución de estas prioridades estratégicas, vamos a afianzar nuestro liderazgo. Nuestra aspiración es convertirnos en la mejor compañía global de Comunicaciones del mundo digital, liderando la distribución y agregación de experiencias digitales para nuestros clientes.

Déjenme que les recuerde que Telefónica es además un aliado estratégico para el desarrollo tecnológico, económico y social de los

países y sociedades en las que estamos presentes. Por eso, tenemos un doble foco. Por una parte, dedicamos importantes recursos a promover la acción social y cultural en beneficio, especialmente, de la educación y la cultura. Así, a través de Fundación Telefónica, estamos impulsando programas educativos para erradicar el trabajo infantil, además de facilitar el acceso al conocimiento y la aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el uso de las TIC en redes colaborativas. Igualmente, desde la propia compañía, facilitamos el uso de las TIC a personas con discapacidad para reducir la brecha digital. Por otra parte, Telefónica ha puesto foco en impulsar la Sostenibilidad Corporativa, con el objeto de reducir los riesgos y aprovechar las oportunidades que derivan de la gestión económica, social y ambiental, en línea con el índice de inversión Dow Jones Sustainability Index, del que Telefónica forma parte desde 2003.

Recientemente hemos lanzado varios programas en el ámbito de la innovación y el emprendimiento. Como ejemplo querría destacar Wayra con el que estamos ejerciendo de incubadora para pequeñas empresas que identifican ideas con alto potencial en el mundo digital. Impulsándolas en su desarrollo, dotándolas de la tecnología, las herramientas, un espacio de trabajo y la financiación necesarias.

En definitiva, afrontamos el año 2012 desde una posición de fortaleza, gracias a los importantes avances realizados en la última década para reforzar nuestra diversificación y a las decisiones tomadas para acelerar nuestro proceso de transformación e impulsar el crecimiento de nuestra Compañía.

Quiero concluir aprovechando la ocasión para trasladarles mi agradecimiento y el del Consejo de Administración por el apoyo y la confianza demostrada por todos ustedes. Les reitero mi convencimiento de que en Telefónica hemos comenzado una nueva etapa que nos va a afianzar como una empresa de crecimiento, rentable y líder en este nuevo mundo digital. Confío en que sigan con nosotros para celebrarlo juntos en un futuro muy próximo.

La digitalización
de la economía real

ofrece grandes oportunidades de
crecimiento a nuestro sector

César Alierta



Telefónica hoy



Telefónica es uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder a nivel mundial en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia en 25 países y con una base de clientes de casi 307 millones.

La Compañía dispone de uno de los perfiles más internacionales del sector al generar más de un 72% de su negocio fuera de su mercado doméstico, y se constituye como el operador de referencia en el mercado de habla hispano-portuguesa.

Durante 2011, la multinacional profundizó en su adaptación a la dimensión internacional y sentó las bases para consolidarse como una compañía global líder en el entorno digital a través de un cambio profundo de la estructura organizativa.

Presente
en 25 países

€ 9.270 millones
de flujo libre de caja

€ 22.210
millones en OIBDA

7ª operadora
mundial de
telecomunicaciones
por
capitalización
bursátil

3ª teleco
más admirada
del mundo,
según el ranking
Fortune 500
(primera
europea)

Primera
operadora
integrada
europea por
capitalización
bursátil

Más de
290.000
empleados
en todo el
mundo

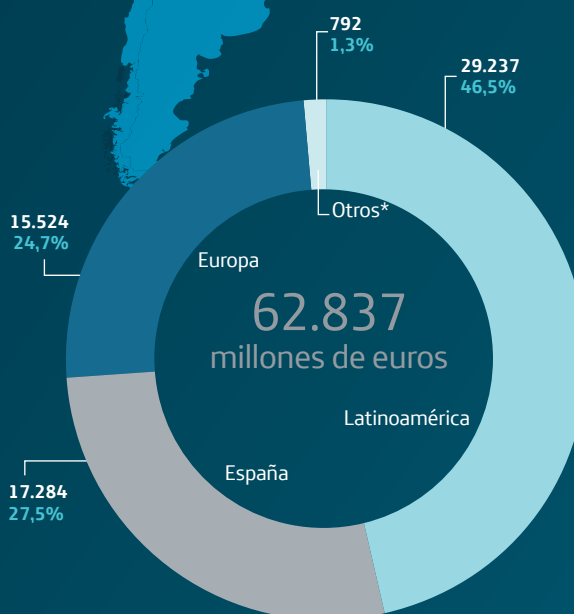
Más de 201
millones de
accesos totales en
Latinoamérica

Empleados por región



Ingresos por región

en millones



Accesos por región

Latinoamérica

Argentina
Brasil
Centroamérica
Chile
Colombia
Ecuador
México
Perú
Uruguay
Venezuela

Europa

Alemania
Eslovaquia
Irlanda
Reino Unido
República Checa

España

* Ajustes y eliminaciones

 **307 millones**
de accesos de clientes

 **+238 millones**
de accesos móviles

 **+61%** de incremento de
accesos de banda ancha móvil



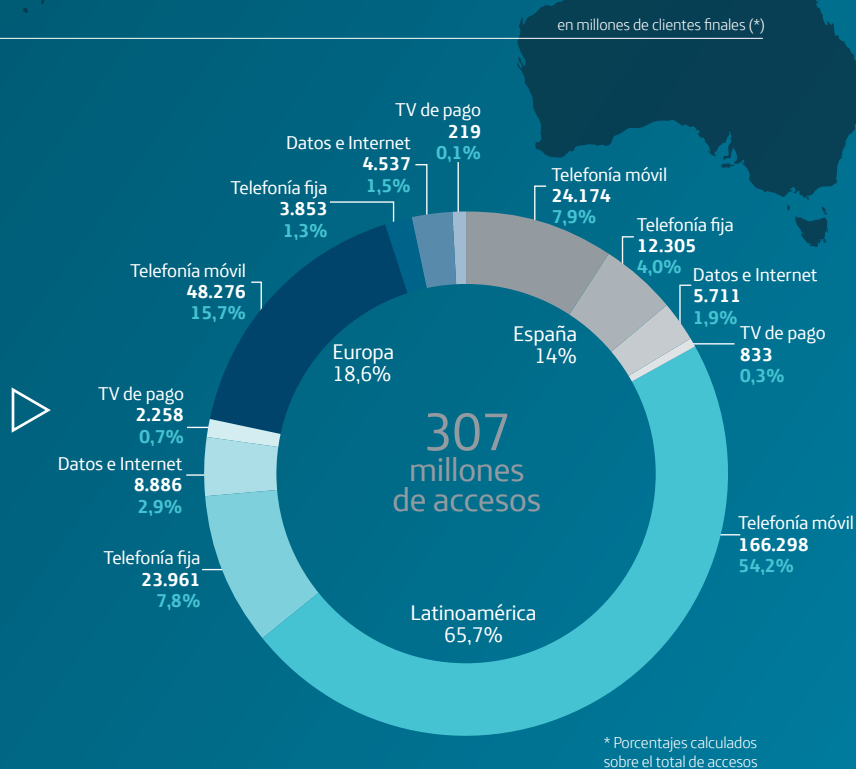
Más del 72%
del negocio de
Telefónica se
genera fuera
del ámbito
doméstico

105 millones
de accesos
totales en
Europa

Cerca del
85% de sus
accesos están
fuera de
España

Con China Unicom
y con Telecom
Italia
sumamos entre
los tres, 808
millones de
clientes

Telefonía Fija	Datos e Internet	Móviles	TV de Pago	Fixed Wireless
4.611	1.631	16.767	—	—
10.977	3.943	71.554	699	—
530	3	7.563	—	—
1.848	887	9.548	391	—
1.481	620	11.391	255	—
—	—	4.478	—	36
—	—	19.742	—	745
2.848	1.120	13.998	799	—
—	—	1.819	—	—
—	—	9.439	114	883
2.055	2.922	18.380	83	—
—	—	1.164	—	—
—	24	1.623	—	—
216	620	22.168	—	—
1.582	971	4.942	136	—
12.305	5.711	24.174	833	—



Órganos de Gobierno y Dirección



El Consejo de Administración de Telefónica está adaptado a la dimensión internacional de la Compañía y a sus características de operador global en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento.

El Consejo de Administración de Telefónica S.A., 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 es el órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, con competencia exclusiva sobre las políticas y estrategias generales de la sociedad, entre otras decisiones, incluyéndose las relacionadas con gobierno corporativo, responsabilidad corporativa, retribuciones de los Consejeros y altos directivos y remuneración al accionista.

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)	●	✓								
Jose Maria Abril Pérez (Vicepresidente)	●	✓					✓	✓		
Julio Linares López (Consejero Delegado)	●	✓						✓		
Jose Fernando Almansa Morenos-Barreda	○				✓		✓			✓
Jose María Álvarez-Pallete López	●									
David Arculus	●				✓		✓			
María Eva Castillo Sanz	●				✓	✓				✓
Carlos Colomer Casellas	●	✓	✓			✓		✓		
Peter Erskine	○	✓	✓					✓	✓	
Alfonso Ferrari Herrero	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Luis Fernando Furlán	●						✓			
Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo	●	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓
Pablo Isla Álvarez de Tejera	●		✓	✓	✓	✓				
Antonio Massanell Lavilla	●		✓	✓		✓		✓		
Igancio Moreno Martínez	●									
Francisco Javier de Paz Mancho	●	✓		✓	✓		✓			
Chang Xiaobing	●									
Ramiro Sánchez de Lerín (Secretario no Consejero)										
Maria Luz Medrano Aranguren (Vicesecretaria no Consejera)										

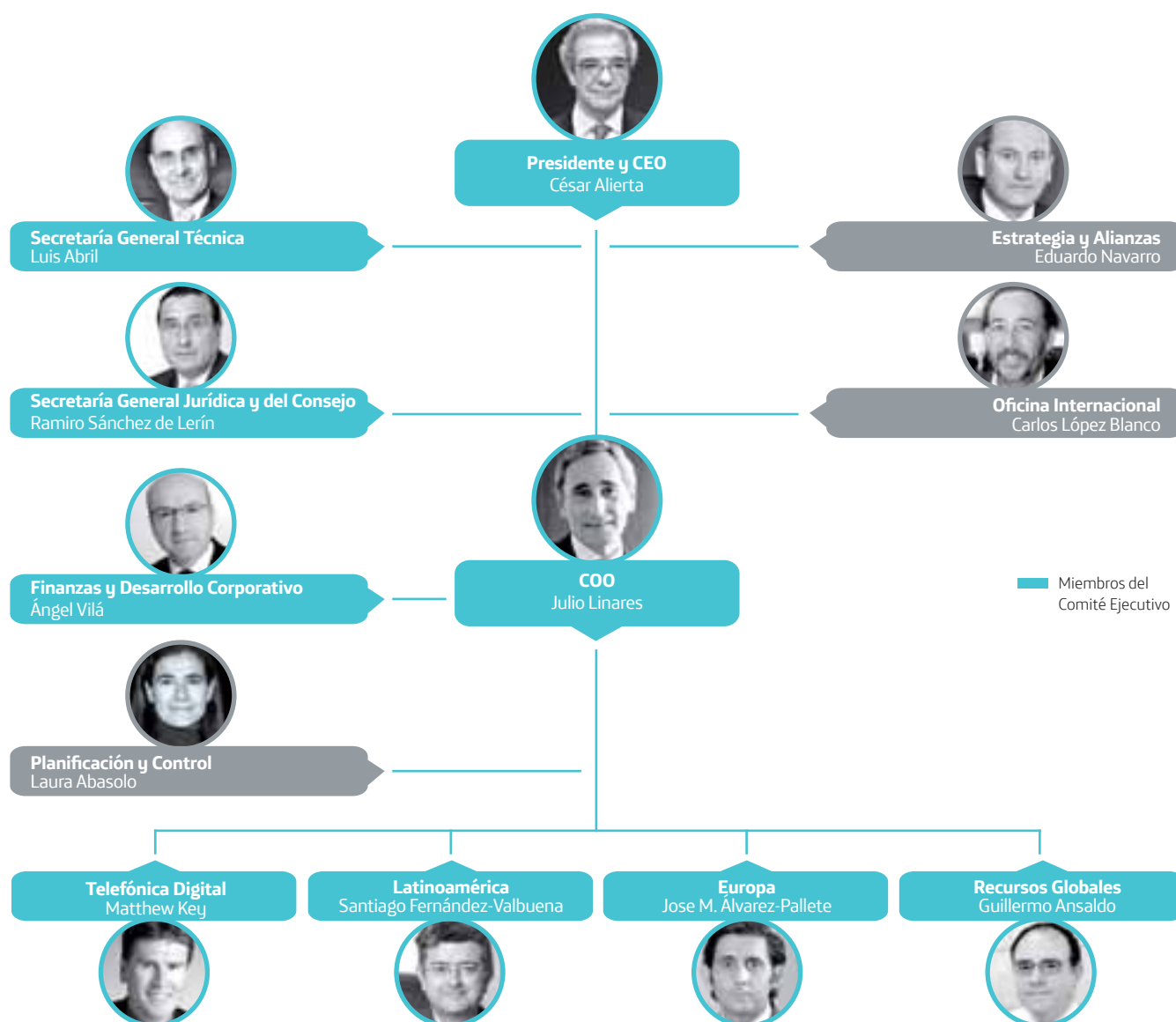
● Ejecutivo ● Dominical ● Independiente ○ Otros consejeros externos

Equipo directivo

En 2011 Telefónica modificó su estructura directiva para adaptarla a una economía más global en el entorno digital.

Esta nueva organización gira en torno a un **Comité Ejecutivo** de nueve miembros, como principal órgano de gestión que tiene la finalidad de definir la estrategia y monitorizar la evolución de los negocios. Este comité ejecutivo está integrado por el Presidente Ejecutivo, el Consejero Delegado, el Presidente de Telefónica Digital, los Presidentes de las dos organizaciones regionales (Europa y Latinoamérica), el Director General de Recursos Globales, el Director General de Finanzas y Desarrollo Corporativo y las dos Secretarías Generales, la de Jurídica y del Consejo y la Técnica de la Presidencia.

Como novedad, el Comité Ejecutivo, cuenta con el apoyo de un **Comité de Transformación**, formado por la alta dirección más vinculada a la transformación y por representantes de la mayoría de los países, cuya misión es asegurar la implantación de la agenda de transformación.





Ejercicio 2011



El pasado año, Telefónica dio un paso decisivo en el proceso de transformación de la Compañía, que le permite afrontar mejor los retos y capturar el crecimiento del mundo digital más allá de las necesidades de comunicación, evolucionando hacia un mundo hiperconectado e inteligente.

El nuevo entorno digital supone una oportunidad única para consolidar el liderazgo de Telefónica y reforzar las relaciones con sus clientes. Para aprovechar todo su potencial, Telefónica llevó a cabo una profunda transformación de su estructura organizativa, creando dos unidades transversales (Telefónica Digital y Telefónica Recursos Globales), para optimizar la eficiencia y los beneficios que ofrece la escala global, y dos unidades de negocio en torno a las dos grandes regiones en las que operamos (Europa y Latinoamérica).

Para alcanzar los objetivos, Telefónica lanzó el programa Bravo+!, orientado a implantar nuestra visión en torno a cinco ejes: +cliente, +digital, +global, +ágil y +líder.

El programa Bravo!+ Motor de la renovación estratégica

En 2011, Telefónica emprendió el camino de su transformación con la vista puesta en el mundo digital y el servicio al cliente.

En marzo de 2010, Telefónica lanzó el programa Bravo!, orientado a implantar una nueva visión. El programa estaba articulado a través de cuatro pilares de transformación que agrupaban distintas iniciativas de cambio. Durante 2011, realizamos un ejercicio de renovación estratégica que, partiendo de unas perspectivas a largo plazo de las dinámicas del negocio, ha dado como fruto una visión actualizada, acompañada de nuevos planes de acción y procesos de implantación: Bravo!+.

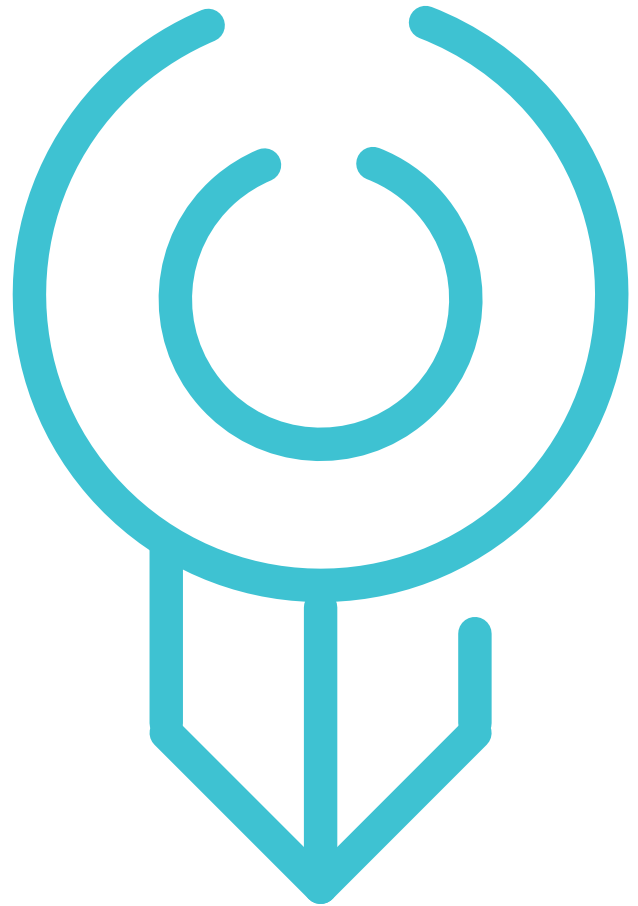
El proceso de transformación estratégica de Telefónica

Este proceso se ha apoyado en un profundo debate estratégico sobre las tendencias del sector y las capacidades distintivas de Telefónica, iniciado a principios de 2011 y prolongado hasta después del verano. Durante este periodo, fueron evaluadas las dinámicas del nuevo entorno en demanda de conectividad, modelos de negocio, soluciones de red, evolución de las cadenas de valor y personalización de servicios. Se llevaron a cabo sesiones plenarias, debates *online* y grupos de trabajo que desembocaron en:

- ↳ **Una visión de largo plazo: "Telefónica 2020"**, donde Telefónica se marca una aspiración de reforzar las relaciones con sus clientes y liderar la distribución y agregación de experiencias digitales. El éxito pasa por impulsar el ecosistema digital y proporcionar al cliente con una oferta integral.
- ↳ **Una nueva organización** en dos áreas regionales y dos transversales, con sus respectivos objetivos estratégicos:
 - ↳ **Áreas regionales: Telefónica Europa y Telefónica Latinoamérica**, con la misión de acercarse aún más a los clientes y convertir a Telefónica en el mejor distribuidor de servicios del mundo digital en nuestras geografías.
 - ↳ **Áreas transversales: Telefónica Digital**, orientada a impulsar la posición de Telefónica en el mundo digital y capturar las oportunidades de crecimiento en el sector ampliado; promover la innovación y reforzar la oferta de productos y servicios. Y **Recursos Globales**, que tiene el desafío de lograr una compañía mucho más global. Para conseguirlo aumentará los beneficios obtenidos de la escala con mejores herramientas y procesos de decisión globales, a la vez que simplificará los procesos para incrementar la agilidad y la flexibilidad operativa.

Esta organización también afecta al Centro Corporativo Global, convirtiéndolo en más ágil y ligero con el objetivo de gestionar áreas críticas comunes y proporcionar un servicio distintivo a los negocios.

- ↳ **Una agenda de transformación** que parte de los aspectos clave que fueron debatidos en siete grupos de trabajo y cuyo resultado han sido las siete iniciativas estratégicas marco: Cliente, Productos y Servicios, Precios, Modelo de Internet, Red, Eficiencia, y Capacidades. El seguimiento es estructurado y la estrategia regularmente actualizada.



Un nuevo programa: Bravo!+

La responsabilidad del líder supone marcar la tendencia e ir por delante de los demás en el mundo digital. Eso es lo que Telefónica se ha propuesto. La 6ª Cumbre de Directivos de finales de octubre de 2011 dio las pautas y marcó el principio de una etapa de transformación. El programa Bravo! se renovó y adaptó a la urgencia de la transformación, pasando a denominarse Bravo!+. Posteriormente, las Cumbres regionales de Telefónica Europa y Telefónica Latinoamérica consolidaron el enfoque Bravo!+ en la priorización y gestión de sus proyectos.

Las prioridades estratégicas que se ven reforzadas con el nuevo programa Bravo!+ son:

- ↳ **Capturar las oportunidades digitales**
- ↳ **Reforzar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio**
- ↳ **Agilizar la toma de decisiones simplificando los procesos**

Programa Bravo!+

La transformación con Bravo!+ se despliega alrededor de cinco nuevos ejes:

+ *cliente*

Hacia una compañía basada en el conocimiento

Objetivo: Ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes y convertimos el conocimiento que disponemos de ellos en una ventaja para ambos, Telefónica y clientes. Para ello transformaremos esa información de cliente en el nuevo activo que nos haga evolucionar hacia una compañía basada en el conocimiento.

+ *digital*

Una oportunidad de crecimiento

Objetivo: Adoptar las tecnologías más innovadoras para capturar las futuras oportunidades en nuestro sector. Con ellas pretendemos mejorar la posición de Telefónica en el mundo digital y capturar las oportunidades de crecimiento en este sector; a la vez que impulsamos la innovación.

+ *global*

El mejor servicio a los negocios

Objetivo: Capturar todos los beneficios de nuestra escala global. Con ello pretendemos dar el mejor servicio a los negocios, para incrementar nuestra rentabilidad extrayendo todo el valor de nuestra escala global.

+ *ágil*

Rapidez de decisión y respuesta

Objetivo: Tomar decisiones y ponerlas en marcha de manera rápida, simple y enfocada. Esto nos permitirá disponer de una organización y procesos de decisión claros y sencillos, con una menor burocracia y contar con unos profesionales motivados y comprometidos.

+ *líder*

La inspiración de la excelencia

Objetivo: Marcar tendencia para ser la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital. Se trata de inspirar a los demás en la búsqueda de la excelencia para conseguir ser más. Desafiarse a uno mismo e "ir más allá", transmitiendo pasión y energía positiva a los demás.

+ Cliente...

Telefónica alcanza los 307 millones de accesos



La Compañía es el quinto operador del mundo por número de clientes y la primera empresa integrada internacional. Ocupa la primera o segunda posición en cuota de mercado en la mayoría de los países en los que opera. La estrategia del Grupo se basa en captar el crecimiento y clientes de valor.



Tiendas de las tres marcas comerciales de Telefónica (Vivo, en Brasil; O2 en Europa, excepto España; Movistar, en España y América Latina).

La Compañía cerró el ejercicio 2011 con un crecimiento de los accesos cercano al 7% en un entorno complicado tanto por el escenario macro económico y los efectos negativos derivados de la regulación como por la fuerte intensidad competitiva. Dicha evolución se produjo principalmente en el negocio móvil, con una especial atención al crecimiento de la banda ancha móvil y de la mayor penetración de accesos de contrato. El total de clientes de banda ancha móvil sumó 38 millones a 31 de diciembre de 2011, lo que supone una penetración del 16% sobre el total de accesos móviles del Grupo. De esta manera, los accesos de banda ancha móvil se multiplicaron por 1,6 veces respecto al cierre de 2010 hasta alcanzar los 38 millones.

También es importante destacar el fuerte incremento de la actividad de la Compañía en la segunda mitad del año 2011, derivado del reenfoco comercial y de los cambios introducidos en la oferta en las principales operaciones. Así, en el segundo semestre aumentó el crecimiento de los accesos hasta obtener una ganancia neta cercana a 13 millones de accesos (un 72% superior a la registrada

en el primer semestre de 2011, y más que duplicando la del segundo semestre de 2010).

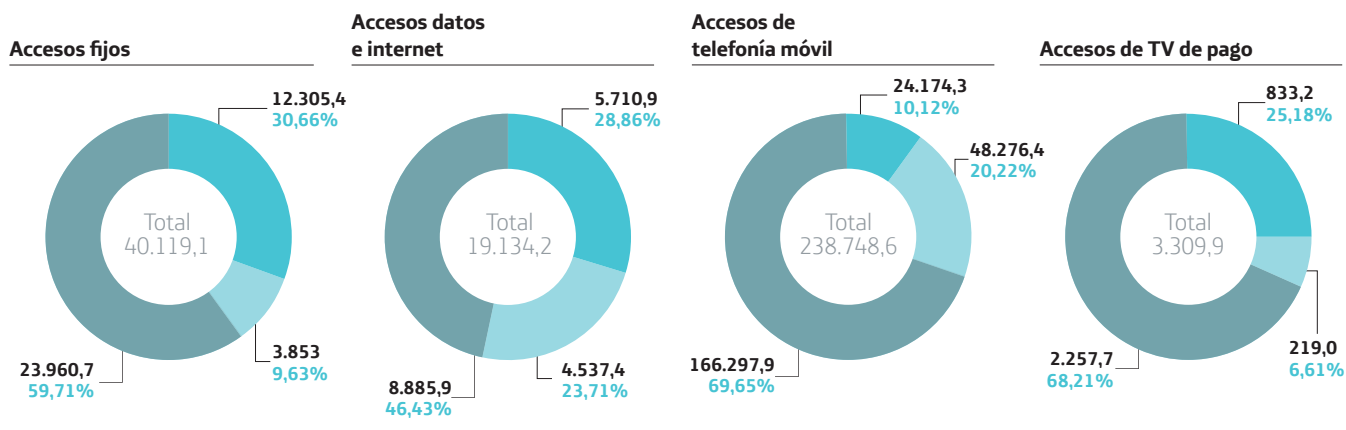
El cliente es la base del éxito de la Compañía, y la estrategia de crecimiento de Telefónica para los próximos años se centra en mejorar la experiencia de usuario para seguir incrementando los accesos y liderar el crecimiento mediante:

- ⇒ El impulso a la penetración de los teléfonos inteligentes (*smartphones*) en todos los mercados para acelerar el aumento de datos móviles monetizando su cada vez mayor uso.
- ⇒ La defensa de la posición competitiva en el negocio fijo con foco en la banda ancha ofreciendo cada vez mayor velocidad, paquetes globales y servicios todo IP para voz y vídeo.
- ⇒ El desarrollo de las oportunidades de crecimiento que brinda un entorno cada vez más digital: vídeo, OTT, servicios financieros, *cloud*, *eHealth*, media, etc.

2011

España Europa Latinoamérica

En miles.



Telefonía móvil

A cierre de 2011, Telefónica contaba con 238,7 millones de clientes de telefonía celular, con un crecimiento orgánico respecto al año anterior del 8,4%. La mayor parte del incremento se produjo en Latinoamérica (+11,4%), de manera que el conjunto de clientes de telefonía móvil representan ya el 69,6% del total.

El foco de la Compañía se centra en captar los clientes de mayor valor, que se encuentran en el segmento contrato. Dicho segmento presentó un crecimiento interanual del +11%, y supone ya casi un tercio de la base total de accesos móviles.

Los accesos de banda ancha móvil -accesos que tienen contratada una tarifa de datos y que, por tanto, son usuarios activos del servicio- superaron los 38 millones a finales de 2011 (+61% interanual), con una penetración del 16% sobre el total de accesos móviles (+5 p.p. respecto a diciembre de 2010). Telefónica Europa alcanzó una penetración del 31%, seguida de Telefónica España (29%), y cabe destacar el enorme potencial de penetración de estos servicios en Telefónica Latinoamérica (10%).

Datos e internet

El número de accesos de datos e internet alcanzó los 19,1 millones en 2011, lo que supone un aumento del 2,8% respecto al año anterior. Del total de estos accesos, 18,0 millones correspondieron a banda ancha, lo que supone un crecimiento del 5% interanual. El incremento más importante se produjo en América Latina (+7,9%).

En la evolución del número de accesos de datos e internet en 2011 destacó el éxito de la paquetización de servicios de voz, banda ancha y televisión, que se ha ido incrementando gradualmente tanto en España como en Latinoamérica. De esta manera, a cierre del ejercicio, el porcentaje de accesos de banda ancha fija minorista con paquetes de doble o triple oferta alcanzó a cerca del 90% del parque.

Tabla de accesos de clientes por país

Datos en millones

Latinoamérica	
Brasil	87,2
Argentina	23,0
México	20,5
Perú	18,8
Colombia	13,8
Chile	12,7
Venezuela	10,4
Centroamérica	8,1
Ecuador	4,5
Uruguay	1,8
Europa	
Alemania	24,5
Reino Unido	23,0
República Checa	7,8
Irlanda	1,6
Eslovaquia	1,2
España	47,1
Total	306^(*)

(*) Entre los países no se incluye Costa Rica, cuyo lanzamiento comercial se produjo en noviembre de 2011 alcanzando 116.000 accesos a cierre de ejercicio. Las cifras totales no distribuyen los accesos de Terra a Internet por países.

Los accesos de TV de pago aumentaron un 18,7% debido, principalmente, al éxito del reposicionamiento comercial del servicio en Latinoamérica

TV de pago

Los accesos de TV de pago mostraron un cambio importante en su tasa de crecimiento, pasando ésta a ser del 18,7%. El repunte se debió, fundamentalmente, al éxito del reposicionamiento comercial del servicio en Latinoamérica, donde la ganancia neta obtenida en 2011 triplicó la obtenida en 2010, a la inclusión de los clientes de TVA en Brasil desde el mes de junio y a la favorable evolución comercial registrada en España en el segundo semestre del año.

Telefonía fija

El mercado de la telefonía fija continuó mostrando su madurez y nuevamente presenta una caída neta de accesos para el conjunto consolidado. La disminución en el número de accesos totales de telefonía fija se mantuvo estable a lo largo del ejercicio (-3,0%), con un total de 40,1 millones.

El 60% del total de los accesos de telefonía fija se registró en Latinoamérica, lo que supone un punto porcentual más sobre el total de Telefónica comparado con el año anterior.

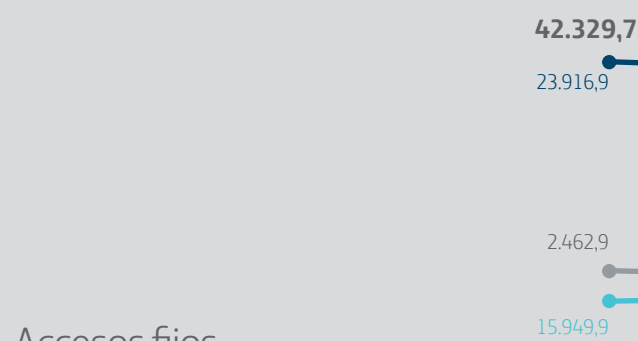
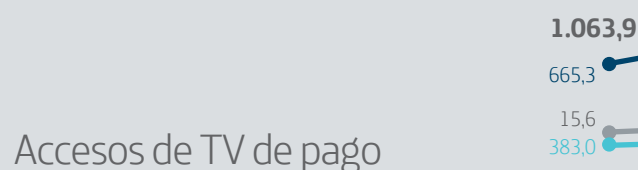
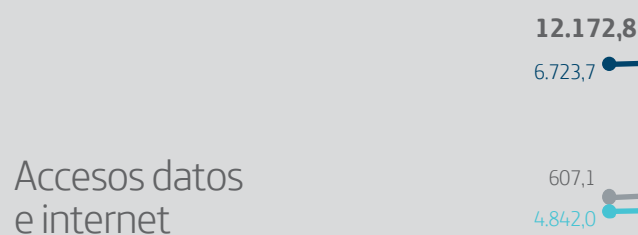
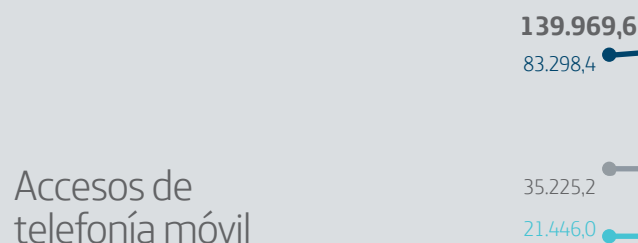
Satisfacción del Cliente

El Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) de Telefónica en 2011 se situó en 7,13, en el mismo nivel de 2010. Esta puntuación supone que la Compañía cerró el ejercicio como líder de su mercado en satisfacción del cliente, con una ventaja de +0,04 sobre nuestro mejor competidor.

Por regiones, en España se alcanzó una puntuación de 6,4 puntos sobre 10; en Europa de 7,3 y en América Latina de 7,6. Los negocios en los que más mejoró la satisfacción de nuestros clientes durante 2011 fueron los servicios para empresas en Brasil, seguidos de los negocios móviles en El Salvador y Guatemala.

Evolución de accesos por servicios

En miles de accesos



2006



+ Digital...

innovación abierta



La creación en 2011 de la nueva unidad de negocio Telefónica Digital y el aumento de un 5,7% de su inversión en I+D+i, hasta alcanzar los 5.091 millones de euros, son una muestra de la clara apuesta de la Compañía por un modelo de innovación abierta y el entorno digital.



Academia Wayra, Madrid.

El mundo digital es un entorno muy dinámico marcado por tres grandes tendencias: el aumento en la demanda de servicios digitales (donde quiera que estén, las personas quieren estar conectadas); los *smartphones* van al mercado de masas y permiten acceder a redes de datos de gran velocidad; y las empresas de todos los sectores utilizan la tecnología digital para transformar su manera de hacer negocios (cambia radicalmente la experiencia del cliente, los procesos operacionales y los modelos de negocio).

Esto representa importantes oportunidades y desafíos para nuestra industria en los tiempos de cambio actuales. De ahí que Telefónica continuase en 2011 su proceso de transformación dando un gran paso para aprovechar el mundo digital, mediante la creación de Telefónica Digital.

Su misión consiste en capturar las oportunidades del nuevo entorno e impulsar el crecimiento de Telefónica a través de la innovación y el desarrollo, el *venture capital*, las alianzas globales y los servicios digitales en áreas como *cloud computing*, publicidad móvil, M2M, servicios financieros y *e-health*.

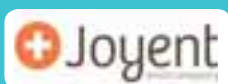
En Telefónica Digital hemos aglutinado todas las partes del ciclo de vida de los productos para servicios digitales:

- ⇒ **Innovación:** un equipo de I+D de 1.200 personas en Europa, Israel, Brasil y Silicon Valley, que además sabe aprovechar las oportunidades del entorno al trabajar con la comunidad de desarrolladores, e invertir en compañías digitales, a través de capital semilla, *venture capital* o adquisición.
- ⇒ **Desarrollo:** un claro énfasis para tener una aproximación global y más ágil y para poder testar, aprender y construir en una sola vez para mejorar significativamente la velocidad en el mercado.
- ⇒ **Despliegue:** en el ámbito de actuación de Telefónica así como fuera del mismo y trabajando con nuevos aliados alrededor del mundo para extender nuestra distribución de productos y servicios a los clientes actuales y futuros.

Nuestra estrategia pasa por acelerar el crecimiento, agregando nuevas capacidades y explotando sinergias. Para ello contamos con activos muy valiosos (redes, clientes, canales de distribución...), recursos y la capacidad de hacer las cosas de un modo diferente.

Inversiones en compañías TIC

Durante el ejercicio 2011, Telefónica ha tomado participaciones accionariales en compañías de base tecnológica que le permite acceder a tecnologías de última generación. Entre otras, destacan:



Joyent. Telefónica firmó una alianza estratégica con Joyent, empresa líder en servicios de

Cloud Computing. La experiencia Joyent ayudará a Telefónica aumentar su oferta de productos, en particular para pequeñas y medianas empresas (PYME) y Small Office Home Office (SOHO). La asociación combina la escala global de Telefónica y la infraestructura con la arquitectura desarrollada por la nube de Joyent.

A diferencia de otros proveedores de la nube de tecnología, Joyent ha desarrollado su oferta de soluciones cloud a partir de cero, lo que resulta en la reducción significativa de costes. La compañía ha demostrado experiencia en la definición, explotación, comercialización y operación de un negocio en la nube con más de 12.000 clientes en EE.UU.



Quantenna. En noviembre de 2011 Telefónica Digital anunció una alianza estratégica

con Quantenna Communications, empresa líder en Wi-Fi de alta calidad que ofrece servicios para el hogar conectado. El hogar del futuro demandará nuevos servicios con alta interactividad y grandes demandas de ancho de banda para soportar video de alta definición y el resto de dispositivos del hogar conectados a la red. La Familia Quantenna de Full-11n™ 5GHz es capaz de ofrecer hasta 600 Mbps.



FeedHenry. Telefónica firmó en 2011 una alianza exclusiva con FeedHenry, un

desarrollador de soluciones cloud para aplicaciones móviles. La alianza pondrá en marcha una plataforma de pago en el Reino Unido que permita cualquier empresa, desde pymes hasta multinacionales corporativas, crear y desplegar aplicaciones a través de Android, iOS, BlackBerry, Windows Phone 7 y sistemas operativos de Nokia, así como la Web Móvil.

Innovación Tecnológica

Inversión en I+D

La innovación tecnológica en Telefónica busca la construcción digital para aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías y las herramientas de producción como el desarrollo software y el talento creativo.

En 2011, incrementamos nuestra inversión en este concepto hasta los 5.091 millones de euros (4.814 millones en 2010), de los que 983 millones se destinaron a I+D, un 23% más que en el ejercicio anterior.

En Telefónica consideramos clave la diferenciación y ésta no puede basarse exclusivamente en la tecnología adquirida. Por ello fomentamos las actividades de investigación y desarrollo (I+D) a través de nuestra compañía, Telefónica I+D.

Durante el pasado ejercicio seguimos impulsando nuestro modelo de "innovación abierta", estrategia que nos permitió convertirnos en una de las referencias mundiales. Así fue reconocido por la propia OCDE, al ser seleccionada Telefónica como una de las tres empresas invitadas a participar en el seminario sobre la I+D+i en el nuevo entorno económico celebrado en París en diciembre.

Innovación global con un enfoque regional

En 2011, una de las motivaciones de la nueva organización de Telefónica fue concentrar en la división de Recursos Globales la mayor parte de la I+D interna para el desarrollo de nuevas redes y en Telefónica Digital, la I+D destinada al desarrollo de productos y servicios en el entorno digital.

Esta nueva organización responde a nuestra estrategia de ser una empresa más digital y más global además de ir más allá de la operación de redes y proporcionar servicios completos de tecnología a clientes empresariales y particulares para lograr mayor valor añadido que la mera conectividad fija o móvil.

En función de esta organización, Telefónica I+D tiene en la actualidad un doble papel clave en las áreas de *Product Development & Innovation* en Telefónica Digital y *Transversal Projects & Innovation* de la división de *Global Resources*. Telefónica I+D es la heredera de las actividades de investigación y desarrollo que empezó a abordar el Grupo hace más de 30 años.

En 2011, destinamos 983 millones de euros a I+D, un 23% más que en el ejercicio anterior

Servicios Digitales



Servicios financieros



eHealth



M2M



Cloud computing



Video y hogar digital



Seguridad



Aplicaciones



Publicidad

Compañías digitales y alianzas

Telefónica Digital trabaja con un enfoque abierto que le permite colaborar con otras empresas y sacar así el máximo partido a nuestros activos y crear valor para nuestros clientes, accionistas y socios.

Además, hay que tener en cuenta que no somos un player nuevo en el mundo digital; ya contamos con varios negocios digitales líderes en su campo, con un amplio espectro de capacidades, que forman ahora parte de Telefónica Digital. Entre ellos cabe destacar Terra, la principal compañía de medios online de América Latina; Media Networks, el mayor proveedor mayorista de televisión de pago por satélite en la misma región; Tuenti, la red social líder en España; y giffgaff, un innovador operador móvil basado en los miembros de la comunidad.



Tuenti. Se consolidó en 2011 como la red social de referencia en España alcanzando los 12 millones de usuarios registrados. Entre sus innovaciones, destacaron el desarrollo de un servicio de telefonía móvil, el primero en el mercado español con un enfoque datacéntrico y de carácter social. Además, en 2011 lanzó nuevas aplicaciones móviles (el uso de aplicaciones móviles creció un 330% en 2011) y un nuevo portal de vídeo que alcanzó 7 millones de reproducciones diarias.



Terra. Con un aumento de más del 20% de su audiencia en 2011, Terra cerró el ejercicio con más de 90 millones de visitantes al mes. Además, fue nombrada una de las 2011 empresas más innovadoras del mundo por Fast Company, revista estadounidense de referencia, y reconocida por su compromiso con la innovación en los User Experience Awards 2011. Y Terra Sonora consolidó su liderazgo en América Latina, con 500.000 abonados y una audiencia de seis millones de personas.



Giffgaff. Fue creado como una iniciativa disruptiva 2.0 en el mercado móvil del Reino Unido con un modelo de negocio que sitúa a la comunidad en el centro de todo. En 2011, continuó su fuerte crecimiento liderando las puntuaciones en el Índice de Satisfacción del Cliente y el indicador de fidelización NPS (*Net Promoter Score*). Entre sus últimas innovaciones destaca el site Unlockapedia para ayudar a disipar los mitos y apoyar a los clientes a través del proceso de desbloqueo del teléfono, un sitio móvil y el nuevo gigabags, producto a medida para iPads y PCs tablet.



Dispositivos HTML5 abiertos

A comienzos de 2012, Telefónica Digital y Mozilla dieron a conocer una ambiciosa estrategia para crear una nueva plataforma de telefonía móvil que permitirá ofrecer los primeros dispositivos abiertos. La plataforma de Dispositivos de Web Abiertos u Open Web Devices (OWD por sus siglas en inglés), que se lanzará en 2012, supone un importante paso para hacer de HTML5 el próximo gran ecosistema de smartphones, y permitirá ofrecer capacidades propias de éstos a precios reducidos.

Las actividades de I+D

En 2011 las actividades de I+D se centraron en:

- ↳ **La comunicación del futuro** entre las personas de una manera natural, aprovechando Internet y los teléfonos inteligentes.
- ↳ **Vídeo y servicios multimedia** (combinación de texto, audio, imágenes y vídeo) con una experiencia de usuario en todos los dispositivos conectados.
- ↳ **Soluciones avanzadas en los negocios emergentes** de las TIC, como plataformas para la tele-salud, vigilancia y soporte remoto a los pacientes o monitorización.
- ↳ **Gestión de servicios entre máquinas (M2M)**, relacionados con la eficiencia energética y movilidad de las personas.
- ↳ **La computación en Cloud** que hacen uso intensivo de los recursos disponibles en la web para publicar, comercializar y distribuir aplicaciones.
- ↳ **El análisis del perfil** de los usuarios en función de su uso de las comunicaciones proporcionando oportunidades para servicios y modelos de negocio (campanas de marketing, publicidad dirigida y servicios contextuales personalizados, la reducción de la rotación, la venta cruzada, etc.)
- ↳ **La evolución de la red** y los servicios en una nueva infraestructura global común a todas las líneas de negocio, para reducir costes de operación y mantenimiento, ofertando más capacidad ante la explosión de datos móviles, contenidos de video y la evolución de una Internet de las personas hacia una Internet de los objetos.

En Telefónica somos conscientes del papel de la innovación como motor de desarrollo. De ahí que en 2011 promoviéramos, en colaboración con INSEAD y la OCDE, la realización del Informe InnoLatino para conocer las tendencias en innovación tecnológica en América Latina.

Modelo de innovación de Telefónica

El modelo de innovación de Telefónica se basa en actividades propias, realizadas fundamentalmente a través de Telefónica I+D, a través de inversiones y alianzas con otras compañías, y con los programas de Seed y Venture Capital (ver cuadros de este Informe Anual).

Iniciativas públicas de fomento de la I+D+

Telefónica lideró en 2011 varios proyectos relacionados con el desarrollo de la Internet del Futuro organizados por la Comisión Europea dentro del 7º Programa Marco de Investigación. Estas iniciativas se desarrollan a través de un modelo PPP (*Public Private Partnership*) con financiación parcial de la Comisión Europea.

La participación más importante de Telefónica en 2011 se centró en el liderazgo del proyecto FI-WARE, que implica más de 25 socios y es una pieza clave en la PPP Internet del Futuro. La iniciativa implica el desarrollo de una arquitectura de referencia, así como una implementación práctica, de una plataforma abierta para la creación, despliegue y prestación de servicios.



Metodología 'Agile Customer Driven Innovation'

La cultura *Agile* promueve una nueva forma de trabajar basada en dos pilares: la comunicación constante con todas las personas implicadas en el desarrollo de proyectos (clientes, desarrolladores, etc); y la minimización de impacto de adaptación de dichos proyectos frente a los cambios del entorno (mercado, competidores, etc). Estos principios permiten gestionar de forma más sencilla proyectos complejos.

Telefónica I+D empezó a usar estas nuevas formas de trabajo en 2007. Uno de los principales avances producidos en 2011 ha sido la convergencia entre la cultura *Agile* y la innovación enfocada al cliente (*Customer Driven Innovation*), dando lugar la metodología *Agile CDI*. Utilizando métodos de investigación centrados en el cliente y prácticas de inmersión en un tema específico, los usuarios nos relatan sus percepciones, que son aportaciones cruciales a las diferentes fases de los procesos de innovación, conceptualización y desarrollo.

El fomento de nuevas ideas

Red de Publicidad 'on line'

Como resultado de nuestro modelo de Innovación, realizamos nuestro primer *spin-off*, *Catchoom*, una red de publicidad *on line* que conecta a agencias de marketing con desarrolladores de aplicaciones. Este software cuenta con tecnología de reconocimiento visual desarrollada por Telefónica I+D que se comercializa con licencias.

Ideas para el nuevo Bulli de Ferran Adrià

Telefónica y Ferran Adrià han lanzado el concurso *Ideas for Transformation*, en el que alumnos de MBA (*Master in Business Administration*) de diez de las mejores escuelas de negocios del mundo diseñarán propuestas para lo que ha de ser el nuevo Bulli a partir de 2014, el *Bulli foundation*.

En esta edición, correspondiente al curso académico 2011-2012, las escuelas seleccionadas han sido las de las Universidades de Harvard, Columbia, Berkeley's Haas School of Business, London School of Economics y ESADE

Programas de 'Seed' y 'Venture Capital'

Telefónica Digital cuenta con una estrategia para impulsar nuevas empresas de base tecnológica, bien de empleados de Telefónica, bien de emprendedores de todo tipo. El objetivo es tomar participaciones minoritarias en empresas innovadoras con capacidades (productos, servicios, tecnología) que puedan ayudar a acelerar la generación de ingresos para nuestra Compañía en áreas de negocio nuevas y adyacentes.



Programa Wayra

Es una iniciativa que quiere servir de acelerador de la tecnología apoyando a empresas de nueva creación en sus etapas más tempranas o de capital semilla. En algunos casos, puede tratarse de una sola persona con una gran idea sin ni siquiera una empresa constituida.

Tras un proceso de selección, apoyamos a esos emprendedores desde el inicio, les damos un espacio para trabajar, la oportunidad de colaborar con otros innovadores afines, la financiación inicial, el acceso a los conocimientos tecnológicos y *mentoring* dentro de Telefónica -en las Academias Wayra- para que puedan desarrollar y perfeccionar su idea de negocio.

En menos de 10 meses hemos implantado Wayra en ocho diferentes países -Colombia, España, México, Argentina, Perú, Brasil, Chile y Venezuela- y, a finales de 2011, habíamos recibido más de 6.000 candidaturas y financiado a más de 80 *start-ups*.

En 2012-2013 el objetivo es abrir nuevas Academias Wayra en el Reino Unido, Alemania, Irlanda, República Checa y Eslovaquia.

Programa Amérigo

Red de fondos de inversión en innovación que Telefónica lanzó para acelerar empresas de alto valor añadido. Son plataformas abiertas, con varios co-inversores, que comparten este mismo objetivo.

Programa corporativo de incubadoras

Durante 2011 se han seleccionado 5 iniciativas de nuevos desarrollos *out of the box* que partiendo de ideas de los propios empleados pueden dar lugar a nuevos servicios disruptivos. Algunos de estos resultados se han visto en el Mobile World Congress 2012.

Programa Innvierte

En el marco de este programa, colaboraremos con el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (MICINN) para impulsar la inversión en innovación para fomentar el desarrollo y consolidación en el país de empresas innovadoras de base tecnológica y de alto potencial de crecimiento económico en el sector TIC.

El acuerdo surge tras la adjudicación a Telefónica del proceso de selección abierto por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) para poner en marcha el programa "Innvierte" Economía Sostenible. Con esta iniciativa se pretende, además, dar un paso más allá en el desarrollo tecnológico de España y situar al país en los niveles más elevados de competitividad empresarial, innovación y vanguardia, a la par de otros países europeos o de Estados Unidos, entre otros.

En noviembre de 2011, Telefónica Digital anunció la firma de un acuerdo de colaboración estratégica con esta empresa líder en servicios de entretenimiento a través de redes Wi-Fi de máxima fiabilidad. Nuestra inversión en la firma nos da acceso a la última tecnología para ofrecer servicios de vídeo de alto rendimiento a los hogares.

Semana de Innovación

Durante toda una semana se celebró en Madrid la "Semana de la Innovación", iniciativa que persigue estimular el "pensamiento lateral" de los profesionales de Telefónica para buscar nuevas soluciones a procesos diarios de trabajo. El concepto nació en Buenos Aires en el año 2006. Debido a su buena acogida, se ha exportado a varios países de Latinoamérica como Colombia, Perú, Ecuador, Chile, México, Venezuela y Uruguay, y durante 2012 se llevarán al resto de los países de Europa. La importancia de estas iniciativas es que se desarrollan con know how propio, compartiendo así el éxito a nivel global y buscando la mejora de la gestión de los indicadores internos de innovación.

10 Fridays libres para inventar

Telefónica I+D ha puesto en marcha el programa 10 Fridays por el que nuestros ingenieros podrán disponer de diez viernes para desarrollar sus propias ideas y que no son necesariamente parte de su día a día en la empresa. Con esta iniciativa se trata de favorecer la creatividad de los ingenieros y motivarlos al facilitarles trabajar en temas que impulsan ellos mismos en áreas de su interés. En el programa tienen cabida proyectos de e-health, análisis de datos psicométricos, desarrollo de juegos en HTML5 o proyectos con empresas de moda y publicidad. Algunas ideas pueden recibir además financiación en caso de tener éxito, convertirse en prototipos e incluso en un producto final.



Campus Party Brasil.

A finales de 2011, Wayra había recibido más de 6.000 candidaturas y financiado a más de 80 start-ups

Campus Party

Telefónica ha mantenido desde los orígenes de Campus Party, hace quince años, un apoyo que ha contribuido a hacer de este encuentro de internet una referencia tecnológica a nivel mundial. Para Telefónica es un gran banco de pruebas para dotar de contenidos a sus proyectos bandera de innovación, como Wayra o Bluevia.

En 2011 Campus Party ha sido uno de los lugares elegidos para presentar varios proyectos. Por una parte, Movistar desplegó por primera vez en la Campus Party de Valencia (España) de 2011, la nueva tecnología IPv6, el nuevo protocolo de Internet, que permitirá recuperar la conectividad extremo a extremo potenciando la llamada Internet de las cosas, donde las máquinas y numerosos dispositivos actuales o futuros, como ordenadores, smartphones, PDAs, automóviles, neveras, lavadoras o cualquier otro electrodoméstico, incorporarán conexiones de datos e Internet.

Por otra, Fundación Telefónica presentó durante la edición de Campus Party Valencia 2011 el proyecto EducaParty. En este espacio, cientos de profesores, innovadores y entusiastas de la tecnología, a través de debates y talleres, analizaron la irrupción y los beneficios de las tecnologías en el campo de la educación.

Además, Telefónica I+D presentó, junto con la plataforma de hardware libre Arduino, el producto Arduino Shield, que integra un módem que permite conectarse a Internet, fruto de meses de colaboración entre ambas compañías. Se invitó a los usuarios de la Campus Party a probarlo y proporcionar sus impresiones de cara a las siguientes versiones.

Por último, Ferran Adrià explicó su visión personal sobre la creatividad y la importancia de considerar a los jóvenes como auténticos innovadores.

+ Global...

recursos globales en Telefónica



Extraer los beneficios de una escala global supone generar eficiencia mediante la simplificación, la estandarización y la consolidación, proporcionar las plataformas y equipo humano más competitivo e innovador y acelerar el crecimiento rentable de los negocios internacionales.



Telefónica Leadership Conference, Miami 2012.

En septiembre de 2011 Telefónica efectuó un cambio profundo de su organización. Una de las novedades fue la creación de la unidad operativa de Recursos Globales con el fin de garantizar la rentabilidad y sostenibilidad de los negocios, aprovechando y extrayendo los beneficios de la escala, además de acelerar la transformación hacia una compañía íntegramente global.

La misión de Recursos Globales es proporcionar el mejor servicio a los negocios de Telefónica en un entorno que nos plantea importantes retos. Para avanzar en la ejecución de esta misión lo primero que se ha hecho ha sido lanzar 4 proyectos *Flagship*

- ⇒ **Estandarización y aprovisionamiento global** en todas las categorías (terminales, redes de comunicaciones móviles, equipamiento de red fija, plataformas de servicios, etc.)
- ⇒ **Alcanzar nuestra cuota natural** en Multinacionales (MNCs), apoyándonos en las oportunidades que nos ofrece nuestra presencia geográfica.
- ⇒ **Centro Global de Servicios Compartidos** que permite ganar en eficiencia en procesos y tareas de tipo operativo.

⇒ Nuevo modelo operativo global de Recursos humanos

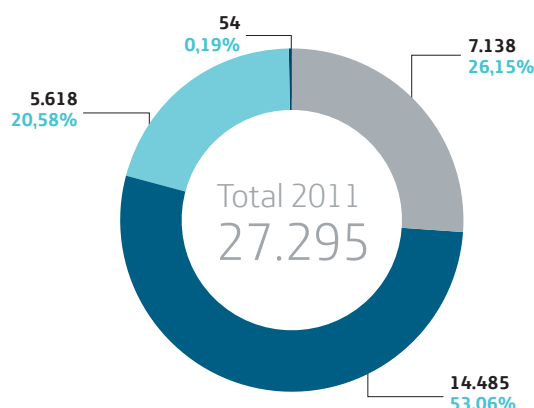
Las 6 áreas que componen Recursos Globales encargadas de llevar a cabo esta misión (Red y Operaciones, TI, Compras, *Global Solutions*, Servicios del Grupo y Recursos Humanos) ayudarán a los negocios de Telefónica generando eficiencia y economías de escala mediante la simplificación, estandarización y consolidación; proporcionando las plataformas más competitivas y el mejor equipo humano para crecer e innovar; acelerando el crecimiento rentable de nuestros negocios internacionales.

Una red global

Disponer de una red de comunicaciones global, abierta y escalable es diferencial en la cadena de valor: complementa nuestros activos digitales con una combinación única de conectividad de alta velocidad con capacidades de almacenamiento y computación que nos permite sobresalir en este mundo digital. De hecho, nuestros activos de red, incluyendo tanto los elementos físicos (fibra, equipos, etc.) como los intangibles (espectro radioeléctrico, rango de numeración telefónico, etc.) son claves para garantizar el control y la calidad extremo a extremo de nuestros servicios.

Compras adjudicadas por regiones

En miles



	2010	2011	%var
España	7.738	7.138	-7,7%
Latinoamérica	13.363	14.485	8,4%
Europa	5.724	5.618	-1,9%
Resto	141	54	-61,9%
Total Telefónica	26.966	27.295	1,2%

En este sentido, Telefónica ha invertido 31.000 millones de euros en redes y espectro radioeléctrico en los últimos 4 años.

Nuestra red IP tenía en 2011 más de 5 millones de kilómetros de fibra óptica, con capacidad de transferir más de 2 Tbps y conectar más de 100.000 servidores.

Las principales iniciativas globales del área de Red y Operaciones son:

- ⇒ **Racionalizar de los despliegues NGA** (FTTx, LTE, etc.) con el fin de optimizar extremo a extremo desde el diseño al despliegue y la operación.
- ⇒ **Simplificar y estandarizar** los requisitos y tecnologías para ser más eficientes. A modo de ejemplo, destacan la iniciativa Global RAN (Radio Access Network), la evolución de la red de transporte, o la inteligencia de red.
- ⇒ **En el ámbito de las operaciones** impulsar a la automatización de los procesos y sistemas, siendo una de las iniciativas la de Global NOCs (Network Operation Centres)
- ⇒ **Revisar el modelo** de propiedad de ciertos activos, destacando las acciones relativas a la compartición de redes y la evaluación de la venta de emplazamientos de telefonía móvil no estratégicos.

Las Tecnologías y Sistemas de la Información

Los principales retos a los que se enfrenta el área Global de TI son la complejidad de los procesos de una empresa de las dimensiones de Telefónica, a la que hay que unir el desarrollo, despliegue y operación de nuevos productos y servicios junto con la integración de éstos tanto en los sistemas existentes (*legacy*) como en los nuevos. Por ello, con un enfoque flexible y global, centrado en un rápido retorno de la inversión, las tres iniciativas de TI en curso son:

- ⇒ **Habilitar el crecimiento de los negocios**, mediante la aceleración del despliegue de nuevos servicios, el uso de plataformas abiertas, capacidades *online* y *Business Intelligence*.
- ⇒ **Generar eficiencias de escala**, con una estrategia de aprovisionamiento inteligente, optimización de infraestructuras, puesto de trabajo global digital, etc.
- ⇒ **Transformar capacidades y habilidades**: a través de la inversión en áreas diferenciales para el futuro (Digital), fortalecer las alianzas y relaciones con nuestros socios, etc.

Procesos de Compras

Las principales novedades que ha puesto en marcha la nueva área global de Compras para extraer el mayor valor de la escala de la Compañía son las relativas a la simplificación de las especificaciones con un enfoque global (homogeneización y alineamiento), incluyendo las de nuestros aliados (ej. China Unicom o Telecom Italia); el alineamiento, temporal y de procesos, en las compras globales y el establecimiento de un equipo transversal que involucra a todas las unidades relevantes en el proceso de compra (GCTO, GCIO, T-Digital, unidades de negocio y áreas de control de gestión globales y regionales). Para capturar las mayores eficiencias posibles desde un primer momento los pasos que se dieron en 2011 fueron:

- ⇒ **Identificar las 150 principales negociaciones**, que representan aproximadamente un 50% del volumen económico de las compras globales de la Compañía, para implementar mejoras clave más allá del proceso de compra, como por ejemplo la estandarización, la agregación, la consideración de nuevos proveedores y la aceleración de las certificaciones.
- ⇒ **Compras globales de Terminales y Dispositivos**. Se ha formado un equipo de trabajo conjunto de Telefónica Digital (Global Devices) y Compras Globales, para diseñar, validar y, posteriormente, comprar, un catálogo global de terminales para toda la Compañía.
- ⇒ **Para el resto de negociaciones** se está trabajando para mejorar la "mesa de compras" así como reducir el número de procesos necesarios para mejorar la eficiencia.

El volumen de compras de Telefónica se realiza en un 49% en Latinoamérica y un 51% restante en Europa, lo que aproximadamente equivale del volumen de ingresos que se produce en cada región. Es importante destacar que casi dos tercios del volumen de compras de Telefónica en 2011 (el 63%) se destinó a aspectos *core* del negocio Telco: Red+IT+Móvil.

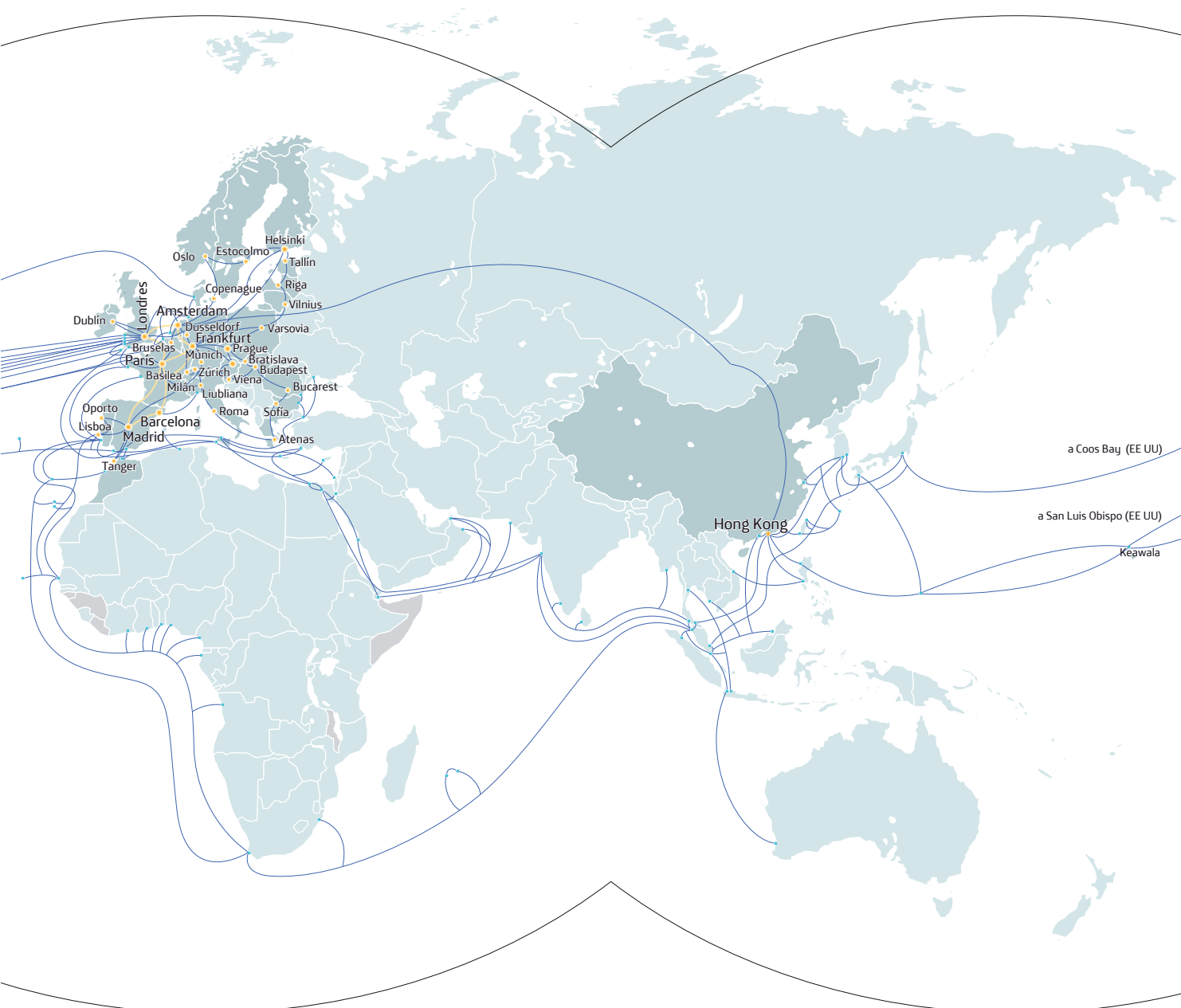


Dr. Yan Bo, GM - Global Business Department y
Juan Carlos López-Vives, Presidente de Telefónica Global Solutions.

Global Solutions

El área de Global Solutions se compone del negocio de clientes multinacionales de Telefónica (MNCs), del negocio internacional mayorista (voz, datos y capacidad IP) a través de TIWS (Telefónica International Wholesale Services) y del negocio de *roaming* a través de TGR (Telefónica Global Roaming). Su principal objetivo es consolidar la escala global de nuestros servicios internacionales y alcanzar nuestra cuota de mercado natural en este mercado. Algunos datos significativos de la escala global de Telefónica son:

- ➡ **45.000 km de red de fibra óptica de última generación**, conectando las principales ciudades de Latinoamérica, EE UU y Europa.
- ➡ **Más de 100 PoPs (puntos de presencia)** en más de 40 países.
- ➡ **Más de 20.000 millones de minutos de voz internacional cursados** al año.



Además de seguir consolidando el modelo actual, incluyendo la globalización de servicios al por mayor y de servicios internacionales, las iniciativas a corto plazo son:

- ↳ **Fortalecer y optimizar** nuestra red de ventas en Europa y EE UU.
- ↳ **Extender nuestro perímetro** a la región de Asia-Pacífico (APAC) con un enfoque de invertir sólo en activos esenciales (*asset-light approach*).
- ↳ **Impulsar nuestro catálogo de productos y servicios**, estandarizando y homogeneizando nuestros servicios de comunicaciones nativos (*core services*), y apalancándose en los servicios desarrollados por Telefónica Digital (por ejempl M2M).
- ↳ **Reforzar nuestro servicio** al cliente en Europa y EE UU.

Telefónica, a través de su filial Telefónica International Wholesale Services, y China Unicom han firmado un acuerdo estratégico para ampliar y reforzar su presencia global compartiendo el uso de puntos de presencia (PoP, por sus siglas en inglés) en sus redes internacionales.

Servicios del Grupo (Group Services)

Esta área incorpora el negocio del servicios de atención al cliente (Atento) y los servicios de gestión ofrecidos (T-Gestiona). Los retos a los que se enfrenta están relacionados con la búsqueda de consistencia y control en los procesos de soporte, la eficiencia y reducción de costes y la explotación de las nuevas tecnologías (redes sociales, capacidades *online*, multicanalidad, etc.). El objetivo del área es avanzar hacia el establecimiento de verdaderos Centros de Servicios Compartidos, pudiéndose clasificar sus iniciativas clave en dos grupos:

- ↳ **Actividades relacionadas con Finanzas, Administración y RR.HH.**, concentrar actividades transaccionales y de *back-office*, estandarizar y simplificar procesos, implantar un sistema global de *reporting*, etc.
- ↳ **Ventas y atención al cliente**, alineando las operaciones de los Contact Centers con las prioridades de las líneas de negocio.

+ Ágil...

un nuevo modelo más simple y eficaz



La gestión de los Recursos Humanos se torna, si cabe, más crucial. Por ello, el principal paso dado ha sido el lanzamiento de un nuevo modelo operativo de RR.HH. para incrementar el impacto positivo en los negocios de acuerdo a la nueva organización de la Compañía.



Cumbre Directivos, Madrid 2011.

El área global de RR.HH. es el catalizador de la transformación operativa y cultural para lograr una Compañía más ágil. Los principales elementos que sustentarán este reto son los Centros Globales de Excelencia y los Centros Globales de Servicios Compartidos (íntimamente relacionados con las iniciativas de Servicios del Grupo), que nos acercan a los negocios para aportarles más valor.

Los Centros Globales de Excelencia nos permiten gestionar a las personas de una manera más eficaz que favorezca convertirnos en una empresa más global. Los centros de excelencia (Talento, Compensación y Movilidad Internacional, Universitas y Organización) que hemos puesto en marcha requieren *expertise* específico, definen políticas y herramientas globales basadas en las mejores prácticas, al tiempo que se evita las duplicidades.

Por otro lado, los Centros Globales de Servicios Compartidos tienen por objetivo aprovechar nuestra escala y ser más eficientes. Asumen la actividad más transaccional y/o consolidable.

Plantilla: más de 291.000 profesionales

El Grupo Telefónica, incluyendo el Grupo Atento, contaba al cierre de 2011 con una plantilla física de 291.027 profesionales, un 2,1% más respecto al cierre del ejercicio 2010. Si no incluimos el Grupo Atento, somos más de 134.000 empleados distribuidos en 25 países, un 1% más que en 2010. Este crecimiento es un dato a destacar, especialmente en un entorno complejo de crisis económica mundial y de cambios fundamentales en el mercado de telecomunicaciones.

Si atendemos a la distribución de empleados por regiones, Latinoamérica sigue concentrando el mayor porcentaje de la plantilla del Grupo Telefónica con 71%. Le siguen España, con 19%; el resto de Europa, con un 9% y el 1% restante se reparte entre diferentes países que no se enmarcan en ninguna de las principales regiones.

Por lo que respecta a la fórmula de contratación, el 96% de la plantilla de Telefónica, excluyendo a Atento, tiene contratos indefinidos. Si incluimos a Atento, la cifra desciende a un 81%.

El Grupo Telefónica aumentó su plantilla en un 2,1% durante el año 2011, hasta llegar a los 291.027 empleados

El 37% de la plantilla a cierre de 2011 son mujeres, porcentaje que asciende a un 54% al considerar Atento. Respecto al porcentaje de mujeres en puestos directivos en 2011, Telefónica logró incrementar la cifra hasta el 19,1% frente al 16,8% de 2010.

Diálogo social y convenios colectivos

En Telefónica, todas las actuaciones en materia de diálogo social, derechos de asociación, participación y negociación colectiva de nuestros empleados, se fundamentan en nuestros Principios de Actuación, en el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y su Código de Conducta, vigentes entre la Union Network International (UNI) y la Compañía.

En 2011, fueron 77.736 los empleados que votaron en elecciones sindicales en Telefónica, una cifra que representa el 27% del total de la plantilla. Respecto al número de profesionales con condiciones laborales reguladas por convenios colectivos, en 2011 fueron 207.126, un 71% de la plantilla.

En el ámbito de Telefónica España, en 2011 culminó con éxito la negociación del Convenio Colectivo para 2011-2013 y el acuerdo del Plan Social del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que

prevé un máximo de 6.500 extinciones de contratos de trabajo. El acuerdo obtenido con la Representación de los Trabajadores concede la opción a los empleados de acogerse a las medidas que se contemplan en el Plan Social para su baja en la empresa, siempre con plena observancia de los principios de voluntariedad, universalidad y no discriminación.

Debe señalarse que el Expediente de Regulación de Empleo ha tenido un buen ritmo de aceptación, habiéndose adherido al mismo un total de 2.359 empleados a cierre del ejercicio, de los cuales 1.925 causaron baja en 2011.

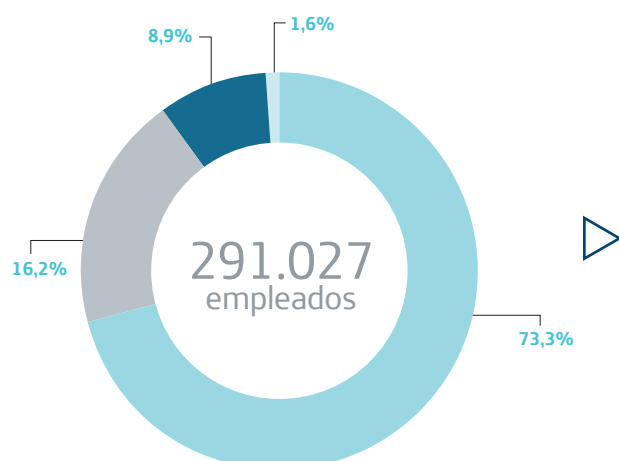
En este periodo, cabe destacar también la firma del Convenio Colectivo de Telefónica Soluciones con vigencia para el año 2011.

Durante el pasado ejercicio se desarrolló también el proceso de Elecciones Sindicales en Telefónica de España para la elección de los representantes de los trabajadores que tuvo lugar en el mes de marzo. Se eligieron a los miembros de los comités de empresa provinciales, con un portentaje de participación del 81,64% de la plantilla. El proceso se desarrolló con plenas garantías y total normalidad.

Empleados por región

Plantilla física a 31 de diciembre de 2011

■ Telefónica España ■ Telefónica Latinoamérica ■ Telefónica Europa ■ Otros



	2009	2010	2011	% var
España	52.060	54.879	47.186	-14,0%
Latinoamérica	175.350	201.074	213.215	6,0%
Europa	27.964	27.171	26.014	-4,3%
Resto	2.052	1.982	4.612	131,5%
Total Telefónica	257.426	285.106	291.027	2,1%

El índice de clima laboral mejoró dos puntos porcentuales en 2011

Índice de clima y compromiso laboral

En porcentaje.

ICC por región	2009	2010	2011
España	60%	63%	65%
Latinoamérica	83%	84%	83%
Europa	76%	75%	76%
TSA y Filiales	67%	66%	71%
Global Telefónica	73%	74%	76%

Clima laboral

El Índice Global de Clima y Compromiso 2011 (ICC), excluyendo a Atento, continuó mejorando, resultando un 76%, dos puntos por encima respecto al de 2010. Con este resultado se superó también en dos puntos el objetivo fijado para 2011, que era mantener el 74% logrado el año anterior.

Por regiones, el índice de España se situó en un 65% (+2 p.p.); Latinoamérica, en un 83% (-1 p.p.); y Europa, en un 76% (+1 p.p.). Respecto al índice de participación, sigue manteniéndose en niveles muy altos. En 2011 alcanzó el 75% de la plantilla (+0,5 p.p.), un porcentaje que se traduce en más de 108.000 empleados distribuidos en 24 países.

Además, en 2011 Telefónica fue elegida por el Instituto Great Place to Work como una de las 25 mejores compañías globales para trabajar en el mundo. En concreto, Telefónica ocupó el puesto 17, en una selección en la que participaron 350 multinacionales de 45 países. Atento, filial de Telefónica, figuró también entre las 25 mejores empresas para trabajar (puesto 24). Telefónica es la única operadora de telecomunicaciones que apareció en el ranking mundial y, junto Atento, las únicas empresas españolas en el mismo. Por otro lado, 30 empresas de Telefónica en el mundo (incluyendo Atento) estuvieron presentes en los rankings regionales y/o locales que elabora Great Place To Work, ocupando posiciones entre las 5 primeras en 15 ocasiones.

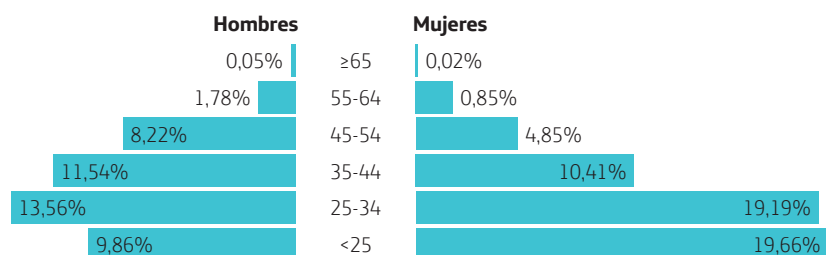


Universitas Telefónica.

Telefónica invirtió 67,4 millones de euros en formación, un 14% más que el año anterior

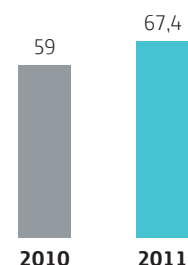
Pirámide de empleados por género y edad

En porcentaje



Inversión en formación

En millones



Proceso Integrado de Rendimiento y Potencial

En Telefónica la gestión del talento pasa por premiar, desarrollar y retener los perfiles más adecuados. Uno de los principales hitos en materia de talento a lo largo de 2011 fue el diseño del nuevo Modelo Global de Gestión del Desempeño y del Potencial aplicado a directivos, que se lanzará en 2012 en todas las empresas de Telefónica y cuya principal característica es la evaluación del desempeño basado en criterios de objetivos individuales y ejes Bravo!+ (+cliente, +global, +digital, +ágil, +líder).

Movilidad

En Telefónica es una prioridad promover la movilidad porque creemos que es un factor clave para el desarrollo de las personas y de la organización, gracias a la transferencia de conocimientos y prácticas entre empresas a lo largo del Grupo. Por esta razón, tenemos en marcha desde el año 2008 el Modelo de Gestión Global de Asignaciones Internacionales.

De acuerdo a la tipología de movimientos internacionales, el 44,06% ha sido de larga duración (más de 1 año), el 43,75 de media duración (hasta 6 meses) y, por último, las menos frecuentes, un 12,19%, son las asignaciones internacionales de media duración (hasta 12 meses).

De las asignaciones nuevas que se efectuaron en 2011, el 35,26% correspondió a mujeres y el 64,74% a hombres. Esto supone un descenso frente al año anterior donde la proporción era 41%-59% y se aproxima a la cifra del 2009 35%-65% respectivamente.

Desarrollo y formación

En 2011, Telefónica invirtió 67,4 millones de euros en la formación de sus empleados, si incluimos a Atento. Esto supone un incremento de más de un 14% respecto a 2010. Si atendemos al número de horas de formación, el pasado año los empleados recibieron más de 18 millones de horas que se traducen en una media de 62 horas por empleado (incluyendo a Atento). El incremento en las horas respecto a 2010 fue de un 38%, una cifra notablemente superior al incremento en la inversión. Esto se explica, en gran parte, por el impulso de la formación de *elearning* que continuó en 2011 y que permitió seguir gestionando de forma cada vez más eficiente los recursos.

Desde **Universitas Telefónica** —“la herramienta más importante que tenemos a nuestra disposición para afrontar el desafío de la globalización y ganar en el mundo digital”—, según César Alierta, se desarrolla una labor clave en la formación y el desarrollo de los empleados. En 2011, el nuevo equipo de Universitas diseñó su visión y enfoque estratégico para centrarse en la excelencia, presentar contenidos relevantes para Telefónica y fomentar el *networking* y la diversidad de sus participantes.

En 2011 se realizaron 43 ediciones de 14 programas diferentes a los que asistieron 2.674 profesionales (un 106% más que en 2010) que dieron una valoración global promedio de la experiencia en Universitas Telefónica de 9,0/10 (una décima más que en 2010). Además, se siguió potenciando el *e-learning* como una herramienta global de formación a través del lanzamiento de una nueva versión de la plataforma orientada a promover el *social learning* y la implantación de un modelo de escuelas (inglés, Finanzas y TIC) con excelentes resultados y valoraciones entre sus alumnos.

+ Líder...

la escala mundial de Telefónica se refuerza



+ Líder en... Retribución al accionista. Telefónica ocupa el séptimo lugar en el sector mundial de las telecomunicaciones por capitalización bursátil y ha destinado más de 7.200 millones de euros a la retribución de sus accionistas.



Distrito Telefónica.

En el conjunto de 2011, la Compañía destinó 7.238 millones de euros a remunerar a los accionistas, cantidad que supone el 78% del flujo de caja generado en el ejercicio y el 9% de la capitalización bursátil de la Compañía. La retribución al accionista se realizó mediante el pago en efectivo de dividendos (6.852 millones de euros) y la recompra de acciones propias (386 millones de euros).

A 31 de diciembre de 2011 la autocartera de Telefónica asciende a 84,2 millones de acciones, representativas de un 1,8% del capital social de Telefónica y alcanza 90,2 millones de acciones a febrero de 2012, un 1,975% del capital social.

Pago de dividendos 2011, 1,60 euros por acción

Telefónica distribuyó el 7 de noviembre de 2011 un dividendo con cargo a reservas de libre disposición, por un importe fijo de 0,77 euros brutos, a cada una de las acciones existentes y en circulación de la Compañía con derecho a percibir dicho dividendo.

El importe restante (0,83 euros por acción) se abonará el 18 de mayo de 2012, mediante una combinación de pago en efectivo (0,53 euros por acción) y el resto mediante *scrip dividend*.

Política de remuneración al accionista

En diciembre de 2011, el Consejo de Administración de Telefónica consideró favorablemente una revisión de los objetivos de remuneración al accionista anunciados en octubre de 2009, y que fueron establecidos en base a un escenario económico y operativo, y a una situación de los mercados financieros que desde entonces han cambiado significativamente.

En el entorno actual, y teniendo en cuenta la valoración de la acción de Telefónica, la Compañía ha decidido anticipar el esquema de remuneración flexible inicialmente previsto para 2013, ofreciendo una remuneración atractiva a sus accionistas que es compatible con la estrategia de seguir invirtiendo en los negocios para capturar

En los últimos 7 años, hemos destinado más de 40.000 millones de euros a la retribución de nuestros accionistas

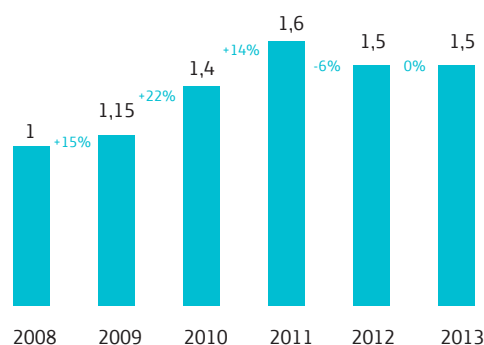
las oportunidades de crecimiento en sus mercados, incluyendo la adquisición de espectro, y que permite incrementar la flexibilidad financiera de la Compañía.

La remuneración total al accionista para el año 2012 ascenderá a 1,50 euros por acción, incluyendo el pago de un dividendo en efectivo de 1,30 euros por acción y una recompra de acciones por el importe restante. Las acciones propias compradas serán amortizadas y el plazo para realizar dicha recompra de acciones finalizará en mayo de 2013.

Para el año 2013 se establece un mínimo de remuneración total por acción similar a la del año 2012 (1,50 euros por acción). La forma de remuneración (dividendo, recompra de acciones o combinación de ambas) se decidirá teniendo en cuenta las condiciones de mercado y las preferencias de los inversores en ese momento.

Evolución dividendo por acción

en euros



Datos de interés

Número de accionistas. Telefónica contaba con 1.468.677 accionistas a 3 de abril de 2011, 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).

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 Londres (Reino Unido), Tokio (Japón), Nueva York (Estados Unidos), Buenos Aires (Argentina), São Paulo (Brasil) y Lima (Perú).

Capital social. El capital social de Telefónica, suscrito y totalmente desembolsado, a cierre de 2011 se sitúa 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.

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.

Así, a 31 de diciembre de 2011, el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (BBVA), la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona (la Caixa), y la entidad Blackrock, Inc., eran titulares, directa o indirectamente del 5,658%, del 5,410% y del 3,884%, respectivamente, del capital social de Telefónica.

Evolución de la acción

Los principales mercados europeos han finalizado el año 2011 con descensos generalizados (Athex Composite -51,9%; PSI-20 -27,6%; FTSEMIB -25,2%; EStoxx-50 -17,1%; CAC-40 -17,0%; DAX-14,7%; Ibex-35 -13,1% y FTSE-100 -5,6%) afectados por la crisis de deuda soberana en toda Europa, que se ha saldado con el rescate de Portugal y la solicitud por parte de Grecia de un segundo rescate, las continuas dudas sobre la estabilidad financiera del resto de países periféricos y las preocupaciones sobre el crecimiento económico a nivel global.

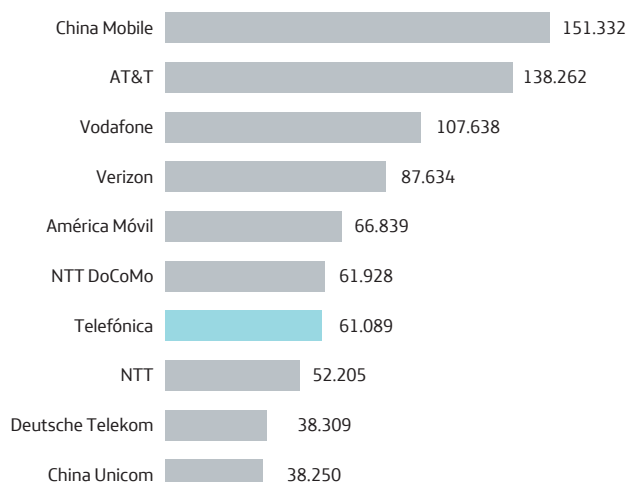
La acción de Telefónica ha registrado una rentabilidad negativa del 21,1% (13,39 euros por acción a cierre de 2011) registrando un peor comportamiento relativo que el sector de referencia europeo (-6,2%) fundamentalmente por el riesgo macroeconómico de España dada su exposición al sur de Europa y por la revalorización de los valores británicos Vodafone (+7,9%) y BT (+5,6%) por su alto peso en el índice. El resto de las principales operadoras europeas también han finalizado el año con descensos: France Telecom: -22,2%; KPN: -15,3%; Telecom Italia: -14,6%; Deutsche Telekom: -8,2%. No obstante y gracias a los dividendos distribuidos, el retorno total de las acciones de Telefónica en 2011 se sitúa en el -12,1%.

A cierre de 2011, Telefónica se sitúa en séptima posición a nivel mundial dentro del sector de telecomunicaciones por capitalización bursátil (61.089 millones de euros) y ocupa la posición número 65 entre las cien mayores compañías a nivel mundial.

El volumen diario de negociación de Telefónica en el mercado continuo español fue de 56,4 millones de acciones en 2011 (59,8 millones de títulos en 2010).

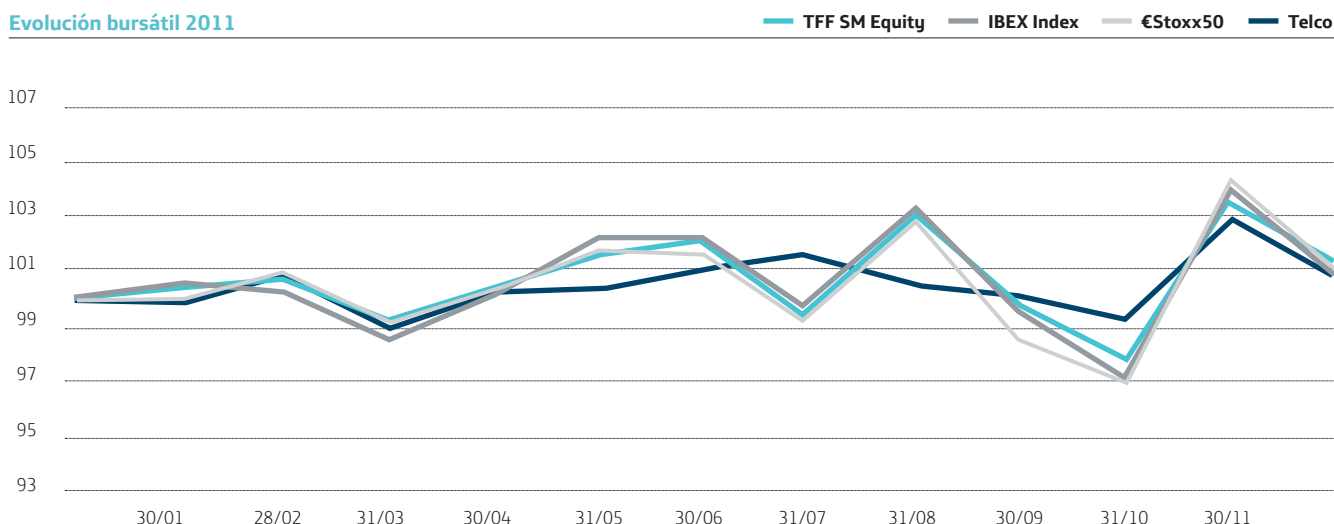
Ranking sector por capitalización bursátil a 31 de diciembre de 2011

Datos en millones de euros



Fuente: Información extraída del Informe publicado el 2 de enero de 2012 de market cap.

Evolución bursátil 2011





Stand Bolsalia, Madrid 2011.

La Oficina del Accionista de Telefónica

La Oficina del Accionista asegura una comunicación transparente y fluida con los inversores particulares, facilitando la misma información en tiempo y forma que a los inversores institucionales. A cierre de 2011, se encuentran más de 200.000 accionistas registrados en el Servicio de Atención al Accionista, que reciben la Tarjeta Accionista que les identifica como accionistas de la Compañía y la revista trimestral "Acción Telefónica".

Los canales de comunicación con el accionista son:

Teléfono gratuito de atención al accionista 900 111 004

Durante 2011 se atendieron un total de 63.142 llamadas, con una media mensual de 5.262 llamadas atendidas. En el periodo coincidente con la Junta General de Accionistas se incrementaron hasta 19.000 las llamadas mensuales.

Del total de llamadas atendidas, 43.960 corresponde a información financiera, que se desglosan de la siguiente manera:

- ⇒ **16.832 consultas** sobre la Junta General de Accionistas.
- ⇒ **20.505 consultas** sobre la evolución en Bolsa y cotizaciones.
- ⇒ **6.555 consultas** sobre resultados y hechos relevantes.
- ⇒ **68 consultas** sobre ampliaciones de capital y operaciones financieras especiales.

Canal on line

Durante el año 2011, el número total de páginas vistas en la web de Accionistas e Inversores fue de 1.924.144, frente a las 1.439.537 del año anterior. En esta página web, disponible en español e inglés, se pueden encontrar espacios específicos sobre:

- ⇒ **La presencia en Bolsa**, donde se ofrecen las cotizaciones online 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 inversores particulares un área personalizada interactiva para realizar consultas, recibir información específica y un servicio de alertas con información relevante de la sociedad.

La oficina del Accionista dispone de un correo electrónico (accion.telefonica@telefonica.es) que atendió más de 2.500 consultas en el año.

Revista Acción Telefónica

"Acción Telefónica" es una publicación de periodicidad trimestral con información financiera y reportajes de actualidad así como información de las campañas exclusivas a las que se puede acceder. Durante todo el año 2011, se enviaron 597.582 ejemplares al domicilio de los accionistas.

+ Líder en... Alianzas estratégicas. Telefónica refuerza sus acuerdos estratégicos e industriales para afianzar su liderazgo como operador global.

La escala mundial de Telefónica se fortalece gracias a sus alianzas estratégicas e industriales con China Unicom y Telecom Italia. Dichas alianzas permiten a la Compañía llegar a un total de 808 millones de clientes combinados entre las tres operadoras. A través de sus participaciones industriales, Telefónica tiene también presencia en Portugal por medio de Zon Multimedia.

Además, Telefónica puso en marcha en 2011 su Partners Program para extender sus alianzas con otros operadores sin cruce accionarial en mercados en los que la Compañía no opera.

China Unicom

El pasado 23 de enero de 2011, Telefónica reforzó su alianza estratégica con China Unicom, acordando un nuevo intercambio accionarial. La finalidad es profundizar en la cooperación estratégica en áreas como compras, plataformas de servicios móviles, servicios a multinacionales, servicios mayoristas, *roaming* o tecnología, entre otras, en las que ambas compañías ya venían cooperando.

Así, ambas compañías reforzaron su Alianza Estratégica a través de una nueva inversión recíproca según la cual China Unicom y Telefónica adquirieron cada una de ellas el equivalente a 500 millones de dólares americanos en la compra de acciones de la otra compañía. China Unicom aumentó su participación mediante la adquisición de 21.827.499 acciones de Telefónica en autocartera. Por su parte, Telefónica compró las acciones de China Unicom en el mercado. Una vez completado el acuerdo, Telefónica incrementó su participación en China Unicom hasta, aproximadamente, el 9,57% mientras que China Unicom alcanzó el 1,37% del capital de Telefónica.

Dicho acuerdo incluyó también la designación de un nuevo miembro del Consejo de Administración en representación de China Unicom.

El desarrollo conjunto del Internet de las Cosas

Telefónica y China Unicom firmaron en 2011 un acuerdo estratégico para promover el desarrollo del Internet de las Cosas desde una perspectiva global. El objetivo pasa por avanzar en la mejora de la conexión entre máquinas, el tradicionalmente denominado M2M, a través de tecnologías diversas como las comunicaciones móviles, la identificación por radiofrecuencia (RFID), los sensores o los sistemas de posicionamiento global.

Desde una perspectiva comercial, ambas compañías participarán en procesos de compra, de pruebas y de análisis de mercado y, en última instancia, establecerán alianzas con clientes y proveedores con el fin de mejorar las condiciones gracias a economías de escala y acelerar los procesos de estandarización, proporcionando al cliente soluciones globales estratégicas de M2M para desarrollar conjuntamente y capturar las oportunidades de negocio de la nueva era digital: movilidad inteligente, eficiencia energética, coches conectados, electrónica de consumo, ciudades inteligentes y sistemas de producción inteligentes.

Otro de los aspectos contemplados por Telefónica y China Unicom hace referencia al *roaming*, en el sentido de acordar condiciones especiales cercanas a las necesidades de M2M, incrementando la calidad del servicio y promover estándares para comunicaciones M2M internacionales.

La importante escala resultante de la cooperación de ambos grupos permitirá llevar a cabo pruebas y certificaciones tecnológicas conjuntas en todo el mundo. En el terreno de las certificaciones, los equipos de China Unicom y de Telefónica trabajarán con el International Organisation for Standardization y participarán en sus foros más relevantes.

Telecom Italia

Telefónica mantiene una participación del 10,5% de los derechos de voto en Telecom Italia mediante la participación de un 46,2% en Telco. La alianza de las operadoras es la mayor dentro de Europa por sus más de 60 millones de clientes en Italia y su presencia en 8 países europeos.

En la Alianza se han asentado las bases del desarrollo de un programa de sinergias operativas que pone en valor la escala mutua de ambas Compañías. El programa generó más de 1.300 millones de euros en valor de sinergias, durante el periodo 2008-2010 y se ha extendido durante un nuevo periodo de tres años donde se pretende alcanzar mejores resultados con un volumen anual de sinergias de aproximadamente 500 millones de euros. Los resultados se basarán en un incremento del alineamiento tecnológico, el aprovechamiento de mejores prácticas operativas, alineamiento en estrategias de marketing e implementación de mejores prácticas comerciales así como en proyectos de liderazgo en innovación.

En concreto se está desarrollando un amplio abanico de iniciativas en el área de infraestructuras y en particular en las redes de nueva generación



Evento Embajadores Telefónica, Beijing 2012.

De izquierda a derecha: César Alierta (Presidente de Telefónica);

Ferran Adrià (el Bulli); Lang Lang (Pianista); Chang Xiaobing (Presidente de China Unicom).

fija y móvil para facilitar el intercambio de mejores prácticas relacionadas con la evolución de las nuevas tecnologías, los planes de despliegue y la optimización de sus procesos.

Se está trabajando de forma intensiva en el desarrollo de proyectos de innovación en áreas tan diversas como Cloud Services, M2M o Internet de las cosas, comunicaciones unificadas, servicios financieros y servicios de contenidos. Los principales objetivos son la transferencia de conocimiento y el desarrollo de proyectos conjuntos como los que hay actualmente en marcha en el marco de la colaboración con la Unión Europea.

Telefónica Partners Program

Telefónica Partners Program es el instrumento de la Compañía para ampliar alianzas a nuevos mercados. Aprovechando la experiencia adquirida con sus alianzas con China Unicom y Telecom Italia, en 2011 Telefónica puso en marcha este ambicioso programa con el objetivo de extender sus alianzas a operadores sobre los que

no nos une ninguna relación accionarial y que se encuentran en mercados donde Telefónica no opera y son de interés.

Con objetivos tanto estratégicos como comerciales, el programa se basa en facilitar a nuestros aliados las mejores capacidades de Telefónica: compras conjuntas, condiciones preferentes de *roaming*, acceso a productos y servicios globales, estrategias comunes con clientes multinacionales... Así, reforzamos nuestra posición global bajo un modelo enfocado a la obtención de beneficios tangibles para ambas partes.

Así, durante el año 2011, se incorporaron al Programa el grupo emiratí Etisalat con presencia en 18 países de Oriente Medio, África y Asia, el operador francés Bouygues Telecom, y Sunrise en Suiza. Entre todos estos operadores suman 169 millones de accesos totales a finales de 2011 y suponen una excelente oportunidad de incrementar la escala y capacidades del Grupo. Tras los acuerdos alcanzados, el nivel de actividad comercial, estratégica y de negocio con estos *partners* se ha multiplicado y está generando un enorme valor.

+ Líder en... Portfolio de marcas. **Movistar y O2 están entre las 100 marcas más valiosas del mundo.**



Barco Telefónica, participante en la Volvo Ocean Race.

La estrategia de marca establece una diferenciación por roles: por un lado, Telefónica tiene un rol de marca institucional liderando las relaciones con empleados, accionistas, clientes globales, proveedores, públicos institucionales y la sociedad en general; por otro, Movistar, O2, y Vivo se configuran como las marcas comerciales que se relacionan con los clientes de los segmentos residencial y de empresas en cada uno de sus mercados de referencia.

Evolución de la Implantación de la Estrategia de Marca

En 2011 la Compañía culminó el proceso de implantación de la marca Telefónica en su rol de marca institucional, avanzó exitosamente el *rebranding* comercial de Movistar y desarrolló la nueva estrategia de Vivo para evolucionar la marca del negocio móvil a una marca convergente en el mercado brasileño. Adicionalmente, ampliamos nuestro portfolio con marcas exitosas en el entorno digital (Tuenti y Jajah) además de crear nuevas marcas que nos permitirán competir con otras del entorno digital y a su vez convivir con nuestras marcas comerciales.

Marca Institucional: Telefónica

Para reforzar la visión de la marca "El poder de Transformar", sus valores y su papel institucional frente a la sociedad, se desarrolló una estrategia de comunicación que incluye: acciones publicitarias, el alineamiento de las acciones sociales de Fundación Telefónica bajo la marca de la Compañía,

la presencia del "Team Telefónica" en la competición "Volvo Ocean Race 2011-2012", una de las pruebas mas importantes del mundo de la vela y el programa global de "Embajadores de la Marca". Cabe destacar la consolidación e impulso de este programa, con la incorporación en 2011 del pianista chino Lang Lang quien ha transformado el panorama musical.

A lo largo de 2011, se lanzó la marca Telefónica en su rol institucional en Latinoamérica en las nuevas operaciones en Costa Rica y Brasil (especialmente fuera del estado de Sao Paulo, tras la adquisición de Vivo).

En Europa, se convirtió en la marca empleadora única para 25.977 empleados, comunicada a través de la campaña interna "Did you know?", ganadora de los Digital Impact Awards en la categoría Best Digital Employee Communication y de los European Excellence Awards en la categoría Best Change Communication.

Marcas Comerciales: Movistar, O2 y Vivo

Durante 2011 se completó exitosamente el *rebranding* comercial de la nueva Movistar siguiendo el proceso iniciado en 2010 realizando este cambio de forma escalonada en los diferentes mercados.

En enero, Perú implementó la nueva marca en todos sus servicios. En el segundo y tercer trimestre se realizó el reposicionamiento de la marca de los negocios móviles de Argentina, Colombia, El Salvador, Panamá, Nicaragua, Guatemala y el nuevo lanzamiento en Costa Rica. En 2012

Notoriedad de marca

Notoriedad espontánea de marca Telefónica total menciones

Telefonía móvil

País	Top of mind (Porcentaje)	Total menciones (Porcentaje)	(Ranking)
España	41	92	1
Chile	30	68	1
Perú	54	93	2
Argentina	41	95	1
México	31	94	2
Uruguay	48	98	1
El Salvador	25	97	1
Guatemala	28	99	1
Nicaragua	52	100	1
Venezuela	38	100	1
Colombia	15	93	1
Ecuador	40	99	1
Panamá	44	99	1
Costa Rica	4	69	2
Brasil	28	72	3
Irlanda	41	95	2
Eslovaquia	22	88	3
República Checa	34	92	2
Inglaterra	26	71	2
Alemania	20	66	2

Telefonía fija

País	Top of mind (Porcentaje)	Total menciones (Porcentaje)	(Ranking)
España	60	97	1
Chile	30	68	1
Perú	44	60	2
Brasil	47	69	1
Argentina (banda ancha)	59	89	1
Colombia	17	48	1

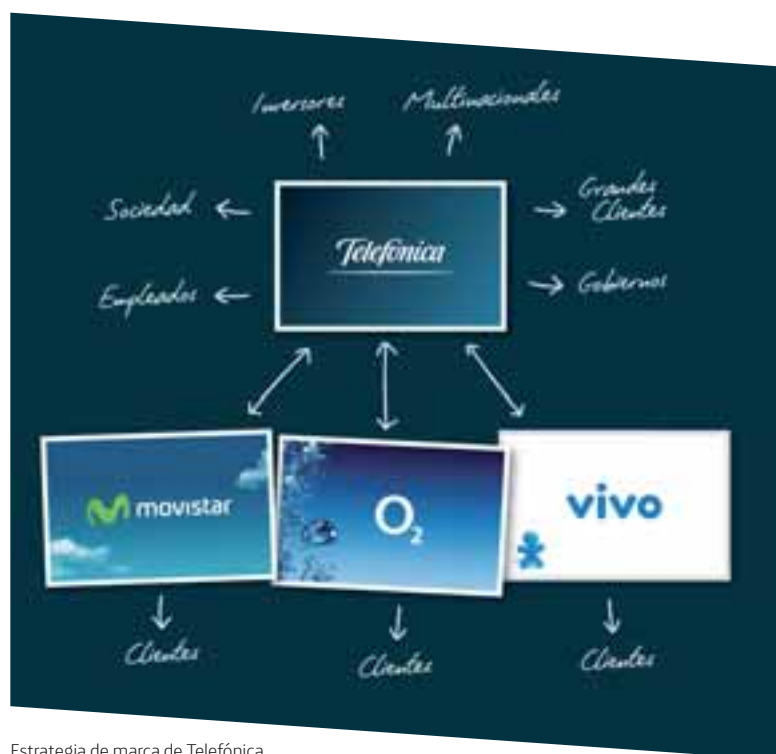
Datos obtenidos del TPSM (ATP) de MillwardBrown, acumulando el Q4 del 2011

está prevista en Colombia la integración de todos los servicios bajo la marca Movistar. Por lo que respecta a O2 y Vivo, también se mantienen como marcas únicas para los segmentos de Residencial y Empresas en sus mercados (Europa y Brasil respectivamente). Mientras que O2 mantuvo su posicionamiento e identidad visual actual durante 2011, el Grupo ha estado desarrollando la nueva estrategia de Vivo para evolucionar la marca del negocio móvil a una marca convergente bajo el concepto "Conectados por una vida mejor", apostando por los valores de innovación, simplicidad, proximidad, entusiasmo y confianza, de cara a su lanzamiento en abril de 2012.

Ranking Marcas

Movistar, O2 y Vivo se encuentran entre las marcas más consideradas por los clientes de todos los países donde operamos. En 2011 se publicaron diversos estudios, de grandes consultoras

Durante 2011 se culminó el proceso de implantación de la marca institucional Telefónica, se avanzó exitosamente en el rebranding comercial de Movistar y se desarrolló una nueva estrategia para Vivo



Estrategia de marca de Telefónica.

mundiales como Interbrand y Millward Brown, que sitúan a nuestras marcas comerciales en los primeros puestos de los ranking de valoración.

Interbrand, cuyo análisis se centra en el mercado español, sitúa a Movistar como la marca española más valiosa en 2011. Por su parte Millward Brown en el prestigioso ranking "Brandz Top 100 Most Valuable Global Brands 2011" que tiene un ámbito de análisis internacional coloca a Movistar en el puesto 21, siendo la mejor marca española y la primera vez que una marca nacional se sitúa entre las 25 primeras.

En este mismo ranking O2, la marca comercial de Telefónica para Europa, también alcanza posición relevante en el puesto 74. Este aumento tan importante en el valor de la marca, atestigua la reordenación estratégica de las marcas de Telefónica y la coherencia de su implantación en los países.

+ Líder en... Sostenibilidad. Reconocidos internacionalmente por la gestión de los riesgos y las oportunidades.

En 2011 Telefónica se situó, un año más, entre las compañías líderes en el mundo por criterios de sostenibilidad, según el índice **Dow Jones Sustainability Index (DJSI)**, y mejora en cuatro puntos su posición respecto al ejercicio del año anterior.

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, valoró al Grupo con una puntuación de 88 sobre 100, lo que supone 23 puntos porcentuales más que la media del sector, y le sitúa entre las cinco mejores compañías del sector.

Telefónica, que forma parte de este índice, uno de los más exigentes del mundo, desde hace ocho años, repite liderazgo en la dimensión social y mejora su puntuación en las otras dos dimensiones.

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". Y así es como Telefónica ha definido su estrategia de Sostenibilidad.

La Compañía es reconocida como la empresa con mejores prácticas en seis aspectos clave en su sector, encabezado con 90 puntos por la compañía surcoreana KT Corp. Por segundo año consecutivo, Telefónica se mantuvo como número uno en gestión de riesgos y de crisis; gestión ambiental; desarrollo de capital humano; impacto de los servicios de telecomunicaciones, y *stakeholders engagement*. Y lideró por primera vez los temas de inclusión digital.

Dimensión económica (87 puntos)

Telefónica recibió una valoración de 87 puntos en su dimensión de impactos económicos, lo que representa una mejora de 4 puntos y 18 puntos porcentuales más que la media del sector. En este bloque el índice contempla aspectos relativos a la gestión de relación con el cliente; privacidad; gestión de riesgos; gobierno corporativo; principios de actuación y anticorrupción; gestión de marca; gestión de la innovación y, como novedad de este año, da más importancia al desarrollo de servicios.

Uno de los aspectos que más destacan es el modelo de Gestión de Riesgos en Telefónica, que fue calificado con la máxima puntuación (100 sobre 100). El modelo nos proporciona un alto grado de concienciación sobre los posibles riesgos propios de nuestra actividad (de negocio, financieros, operacionales y globales) y que garantiza una asignación más eficiente de los recursos para gestionar estos riesgos identificados. Entre los riesgos globales destacan los riesgos reputacionales y los asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación, para los que se definen planes mejora, proyectos de mitigación, normativas y procedimientos que garantizan una adecuada gestión a través de una unidad de proyectos específica en la Compañía que articula las actuaciones internas oportunas en materias de Responsabilidad

de la Cadena de Suministro, Derechos Humanos, Integridad, Privacidad y Protección de Datos, Seguridad y Salud, Campos Electromagnéticos, Protección del Menor, Publicidad Responsable y Diversidad, etc.

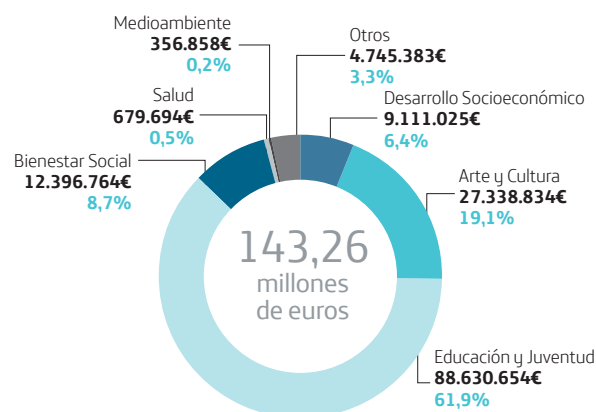
En el apartado de innovación, destaca el aprovechamiento de las oportunidades de crecimiento que presenta el mundo digital mediante la ampliación del portafolio de productos y servicios, así como la apuesta por el emprendimiento tecnológico a través de BlueVia, la plataforma de Telefónica para los desarrolladores, la inversión en innovación social y ambiental; y Movilforum y Wayra, iniciativa puesta en marcha por la Compañía en 2011 para ayudar a los emprendedores con talento a acelerar sus ideas de negocio en el ámbito de las TIC..

Dimensión social (90 puntos)

En la dimensión social, Telefónica se ha mantuvo en 90 puntos, la valoración más alta del sector, 27 puntos por encima de la media. Resalta el programa Debate y Conocimiento de Fundación Telefónica, para crear en la sociedad conocimiento y debate sobre el impacto de las TIC; el impulso interno del teletrabajo o las teleconferencias, así como el esfuerzo para asegurar una cadena de suministro responsable que asegure el respeto de los derechos humanos y de los Principios de Actuación (en 2010 realizó más de 1.100 auditorías a proveedores); y los programas de Fundación Telefónica, especialmente Proniño.

También hay que señalar la mejora en la retención del talento y en el desarrollo del capital humano, con la máxima puntuación de la industria en este último aspecto. Este esfuerzo en lo referente a empleados se canalizó a través del nuevo programa bravo! People, que lanzó un Plan Global de Compra de Acciones, con más de 40.000 empleados inscritos, y unos premios para reconocer el compromiso y buen hacer de los profesionales. Además, la Compañía siguió con su esfuerzo en formación, invirtiendo 56,4 millones de euros en programas de *e-learning* y una Universidad Corporativa.

Inversión en proyectos sociales



La agencia de 'rating' que evalúa la sostenibilidad de las empresas, valoró al Grupo Telefónica con un 88 sobre 100, 23 puntos porcentuales más que la media del sector

En materia de *stakeholders engagement*, donde Telefónica es Best in Class, intensificó el uso de las redes sociales, para mejorar la atención y crear relaciones de confianza con grupos de interés como los clientes.

Dimensión ambiental (87 puntos)

En lo que respecta a medio ambiente, la valoración fue de 87 puntos, 14 más que el año anterior y 30 por encima de la media. Esta dimensión contempla aspectos de política ambiental, ecoeficiencia, información ambiental y cambio climático. Telefónica se mantuvo como líder del sector en gestión ambiental, gracias a la implantación de su Sistema de Gestión Ambiental Global, que ya funciona en el 80% de las operaciones, y la certificación ISO 14001, otorgada ya a más del 65% de las empresas.

Telefónica logró una importante mejora -del 115%- en ecoeficiencia gracias a la gestión adecuada de los recursos (agua, emisiones de CO₂, residuos...). De hecho, la multinacional logró en 2010 la mitad del objetivo fijado para 2015 de reducción del consumo energético del 30% en redes, gracias a su estrategia global de cambio climático y energía.



II Workshop Global de Energía y Cambio Climático
Lima, Septiembre 2011.

Liderazgo 2011 en Green TIC

En gestión de Energía y Carbono

En 2011, obtuvimos por segundo año consecutivo la valoración más alta del sector de telecomunicaciones en el CDP, compuesto por dos índices que muestran a 551 inversores institucionales –con activos por valor de 71.000 millones de euros– la transparencia y el desempeño de las compañías en materia de cambio climático.

Con una valoración de 90 puntos sobre 100, un punto más que el año pasado, en 2011, Telefónica es la única empresa española presente en el índice Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI).

La gestión de la energía y las emisiones de CO₂, los servicios Green TIC y, en general, el aprovechamiento de las oportunidades y la minimización de los riesgos vinculados al cambio climático, han sido claves para conseguir esta posición en el principal índice de inversión mundial sobre el carbono.

Hemos alcanzado casi el 20% de nuestro objetivo definido en 2007, de reducir un 30% del consumo eléctrico en redes al año 2015 (Kwh/acceso eq).

En servicios Green TIC

En 2011, fuimos reconocidos como empresa TIC líder en Europa gracias a la provisión de servicios en eficiencia energética, según el informe "green quadrant" de Verdantix, firma de analistas de la industria global. En 2011, trabajamos con las líneas de negocio para aumentar nuestro portafolio de servicios Green TIC a nivel Global.

Durante 2011, Telefónica invirtió 15 millones de euros en procesos de I+D para servicios de eficiencia energética (transportes, utilities, smart buildings) sobre todo en soluciones basadas en M2M.

Nuestros servicios de Green TIC ayudan a promover una economía eco-eficiente y baja en carbono y así mismo contribuyen a la sostenibilidad de las ciudades.

Consolidamos nuestro modelo global de smart cities en donde los servicios Green TIC juegan un rol importante para la gestión de la energía, el medio ambiente y el transporte a nivel local.



Resultados



En 2011 la Compañía registró un nivel récord de flujo libre de caja, situándose en 9.270 millones de euros, con un sólido incremento interanual del 9,5%, compatible con un fuerte esfuerzo inversor en un entorno de operaciones adverso. En este difícil contexto, la Compañía alcanzó los objetivos de ingresos, margen OIBDA y CapEx, fijados para 2011.

La ganancia neta móvil en el trimestre registró un volumen récord de 7,8 millones de accesos y los accesos de banda ancha móvil se multiplicaron por 1,6 veces respecto al cierre de 2010 hasta 38 millones. El segmento contrato representa ya un tercio de los accesos móviles del Grupo. Telefónica Latinoamérica, con un crecimiento interanual orgánico de accesos del 10%, se consolidó como principal contribuidor a la expansión de accesos de Telefónica.

Los ingresos se situaron en 62.837 millones de euros en 2011, con un crecimiento interanual del 3,5% y del 4,8% excluyendo el impacto de la reducción de las tarifas de interconexión. Telefónica Latinoamérica representó el 47% de los ingresos consolidados, manteniéndose como motor de crecimiento de la Compañía. Los ingresos de datos móviles supusieron más del 31% de los ingresos de servicio móvil y crecieron un 19,0% en términos orgánicos respecto a 2010, impulsados por la rápida expansión de los ingresos de datos no-SMS, que representaron más del 52% de los ingresos de datos totales.

La Compañía mantuvo una alta rentabilidad, con un margen OIBDA subyacente del 36,1%, a pesar de la mayor actividad comercial. El impacto negativo de la regulación restó 188 millones de euros al OIBDA de 2011.

Datos financieros seleccionados



Telefónica. Datos financieros seleccionados

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		% Var			
	2011	2010	Reportado	Orgánico	Guidance 2011	Cumplimiento Guidance
Importe neto de la cifra de negocios	62.837	60.737	3,5	0,1	"hasta un 2%"	0,1
Telefónica España	17.284	18.711	(7,6)	(7,6)		
Telefónica Latinoamérica	29.237	25.756	13,5	5,0		
Telefónica Europa	15.524	15.724	(1,3)	(1,6)		
OIBDA	20.210	25.777	(21,6)	(5,1)		
Telefónica España	5.072	8.520	(40,5)	(12,0)		
Telefónica Latinoamérica	10.941	13.713	(20,2)	(1,4)		
Telefónica Europa	4.233	4.080	3,8	(2,5)		
Margen OIBDA	32,2%	42,4%	(10,3 p.p.)	(2,0 p.p.)	"rango alto de los 30"	36,1%
Telefónica España	29,3%	45,5%	(16,2 p.p.)	(2,2 p.p.)	Erosión limitada respecto a 2010	(2,0 p.p.)
Telefónica Latinoamérica	37,4%	53,2%	(15,8 p.p.)	(2,4 p.p.)		
Telefónica Europa	27,3%	25,9%	1,3 p.p.	(0,3 p.p.)		
Resultado operativo (OI)	10.064	16.474	(38,9)	(9,6)		
Telefónica España	2.984	6.511	(54,2)	(16,8)		
Telefónica Latinoamérica	6.157	9.759	(36,9)	(4,3)		
Telefónica Europa	1.116	879	27,0	(0,9)		
Resultado neto	5.403	10.167	(46,9)			
Resultado neto básico por acción (euros)	1,20	2,25	(46,7)			
Inversión (CapEx)	10.224	10.844	(5,7)	3,3	- 9.000	8.819
Telefónica España	2.914	2.021	44,2	2,6	(12,6)	
Telefónica Latinoamérica	5.299	5.455	(2,9)	6,6		
Telefónica Europa	1.705	3.152	(45,9)	(3,8)		
OpCF (OIBDA-CapEx)	9.986	14.933	(33,1)	(9,8)	- 9.000	8.819
Telefónica España	2.158	6.499	(66,8)	(16,5)		
Telefónica Latinoamérica	5.641	8.258	(31,7)	(6,9)		
Telefónica Europa	2.528	928	n.s.	(1,5)		

Detalle de conciliación incluido en soporte excel publicado.

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.
- Los datos reportados de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.
- Cifras en millones de euros. El CapEx incluye, en el segundo trimestre de 2011, 417 por la adquisición de espectro en Brasil (349) y Costa Rica (68); 37 por la adquisición de espectro en Colombia en el cuarto trimestre de 2011 y 842 por el espectro adquirido en España en 2011. El CapEx de 2010 incluye 1.379 por la adquisición de espectro en Alemania en el segundo trimestre de 2010 y 1.237 por la adquisición de espectro en México en 2010.
- T. España: Cifras en millones de euros. OIBDA, margen OIBDA, OI y OpCF de T. España incluyen el impacto de 40, en concepto de plusvalías, por la venta de activos no estratégicos en el cuarto trimestre de 2011 (73 en 2011) y la provisión por gastos de reestructuración de plantilla en España (2.591) en el tercer trimestre de 2011 y 202 en el cuarto trimestre de 2010. Adicionalmente, en 2010 los resultados de la Compañía en términos reportados estuvieron afectados por: la contabilización del Servicio Universal (95 en ingresos y 31 en OIBDA; 38 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre), la venta de derechos de aplicaciones (101 tanto en ingresos como en OIBDA; 49 en el cuarto trimestre) y la recuperación de insolvencias (20 en OIBDA). En 2011 se han contabilizado en concepto de Servicio Universal 35 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre.
- T. LatAm: Los resultados de 2011 de T. Latinoamérica incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007. El OIBDA, margen OIBDA, OI y OpCF de T. Latinoamérica están impactados por la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (3.797 millones de euros en el tercer trimestre de 2010) y por unos gastos de carácter no recurrente de reestructuración fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla y compromisos en firme ligados a las actuaciones de carácter social de la Fundación Telefónica por importe de 410 en el cuarto trimestre de 2010.

• T. Europa: Cifras en millones de euros. El OIBDA, margen OIBDA, OI y OpCF de T. Europa recogen una plusvalía de 61 por la venta de Manx Telecom en el segundo trimestre de 2010 y está impactado por unos gastos de reestructuración de 202 en el tercer trimestre de 2010 y 118 en el cuarto trimestre de 2010.

• **Criterio orgánico:** En términos financieros, se asumen tipos de cambio promedio constantes de enero-diciembre 2010 y se excluye el impacto de cambios en el perímetro de consolidación y el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela. A estos efectos, en enero-diciembre 2010 se incluye la consolidación global de Vivo, HanseNet y Tuenti y se excluye el impacto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom, así como los resultados de Manx Telecom. Adicionalmente, se excluye de OIBDA y OI de 2010 el impacto derivado de la plusvalía obtenida por la venta de Manx Telecom, registrada en el segundo trimestre de 2010, así como los gastos de carácter no recurrente de reestructuración fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla y compromisos en firme ligados a las actuaciones de carácter social de la Fundación Telefónica, registrados en la segunda mitad de 2010. A nivel de OIBDA, en enero-diciembre 2011 se excluye el impacto positivo derivado de la venta parcial de nuestra participación económica en Portugal Telecom y la provisión por gastos de reestructuración de plantilla en España. Los resultados de la operación de Costa Rica se excluyen del cálculo del crecimiento orgánico. El CapEx de Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de T. España, los compromisos inmobiliarios asociados a la nueva sede de Telefónica en Barcelona e inversiones en espectro. Los resultados de 2011 incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007. Asimismo, los resultados de 2011 incluyen desde el mes de septiembre, y con efectos retroactivos desde el 1 de agosto de 2011, la consolidación global de Acens Technologies.

• **Criterio guidance:** el guidance de 2011 asume tipos de cambio constantes de 2010 (promedio de 2010) y excluye el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios. A nivel de OIBDA, se excluyen saneamientos, plusvalías/pérdidas por la venta de compañías e impactos no recurrentes materiales, fundamentalmente relacionados con gastos de reestructuración. Los resultados de la operación de Costa Rica se excluyen del cálculo del guidance. El CapEx del Grupo Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de T. España, los compromisos inmobiliarios asociados a la nueva sede de Telefónica en Barcelona e inversiones en espectro.

Enero-Diciembre 2011

Índice

Telefónica

50	Accesos
51	Resultados Consolidados
56	Datos Financieros

Resultados por Unidad de Negocio

63	Telefónica Latinoamérica
64	Brasil
66	Argentina
67	Chile
68	Perú
70	Colombia
71	México
72	Venezuela
72	Centroamérica
73	Ecuador
82	Telefónica España
83	Negocio fijo
84	Negocio móvil
88	Telefónica Europa
88	Telefónica Reino Unido
90	Telefónica Alemania
91	Telefónica República Checa
92	Telefónica Irlanda
98	Otras Sociedades

Anexos

100	Participaciones más significativas de Telefónica y sus filiales
101	Cambios en el Perímetro

Telefónica Accesos

Telefónica Accesos

Datos no auditados (Miles)	2011	2010	% Var
Accesos Clientes Finales	301.311,8	282.994,9	6,5
Accesos de telefonía fija ¹	40.119,2	41.355,7	(3,0)
Accesos de datos e internet	19.134,2	18.611,4	2,8
Banda estrecha	909,2	1.314,1	(30,8)
Banda ancha ²	18.066,3	17.129,6	5,5
Otros ³	158,7	167,8	(5,4)
Accesos móviles	238.748,6	220.240,5	8,4
Prepago	162.246,9	151.273,9	7,3
Contrato	76.501,7	68.966,6	10,9
TV de Pago ⁴	3.309,9	2.787,4	18,7
Accesos Mayoristas	5.296,0	4.637,4	14,2
Bucle Alquilado	2.928,7	2.529,2	15,8
Bucle Compartido	205,0	264,0	(22,3)
Bucle Desagregado	2.723,7	2.265,3	20,2
Mayorista ADSL ⁵	849,3	687,4	23,5
Otros ⁶	1.518,0	1.420,7	6,8
Total Accesos	306.607,8	287.632,3	6,6

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 153 mil clientes de TVA a partir de junio de 2011.

5 Incluye bucles alquilados por T. Alemania y T. Reino Unido.

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

Notas:

El crecimiento interanual de los accesos está afectado por la inclusión de los accesos de HanseNet a partir de marzo de 2010 y la exclusión de los accesos de Manx Telecom desde el 1 de julio de 2010.

Telefónica

Resultados consolidados

A pesar de la nueva estructura organizativa de Telefónica aprobada en el mes de septiembre de 2011, la Compañía ha continuado reportando sus resultados correspondientes al tercer y cuarto trimestre de 2011 de acuerdo a la estructura organizativa previa y en base a la cual se han fijado los objetivos para el conjunto del año y se han reportado los resultados de la primera mitad del año.

La estructura organizativa de Telefónica por unidades de negocio, Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa, de acuerdo con el modelo de gestión regional e integrado, determina que la estructura jurídica de las sociedades no sea relevante para la presentación de la información financiera de la Compañía.

En este sentido, se presentan los resultados operativos de cada una de dichas unidades de negocio, con independencia de su estructura jurídica. Con objeto de presentar la información por regiones se han excluido de los resultados operativos de cada región aquellos gastos e ingresos derivados de las facturaciones entre compañías que forman parte del perímetro de consolidación de Telefónica por el uso de la marca y acuerdos de gestión, y se incorporan a nivel regional los proyectos gestionados de manera centralizada. Esta forma de presentación no afecta a los resultados consolidados de Telefónica.

En línea con esta organización, Telefónica ha incorporado en Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa toda la información correspondiente a los negocios de telefonía fija, móvil, cable, datos, Internet y televisión de acuerdo con su localización geográfica. Dentro del epígrafe "Otras sociedades" se incluye el negocio de Atento, así como otras sociedades del Grupo y las eliminaciones del proceso de consolidación.

Con efectividad 1 de enero de 2011, y de acuerdo con el esquema organizativo aprobado por la Compañía en septiembre de 2010, Telefónica Europa, además de los negocios en Reino Unido, Alemania, Irlanda República Checa y Eslovaquia, también incluye en su perímetro de consolidación Telefónica International Wholesale Services (TIWS) y Telefónica North America (TNA), cuyas actividades se centran principalmente en la provisión de servicios al área de multinacionales y de servicios mayoristas de telecomunicaciones a nivel global a operadores internacionales de voz fijos y móviles, ISPs y

proveedores de contenidos. En 2010 ambas sociedades se integraban dentro del perímetro de consolidación de Telefónica Latinoamérica. Para facilitar una comparación homogénea de la información, los resultados económico-financieros de Telefónica Europa y de Telefónica Latinoamérica correspondientes al ejercicio 2010 se han reexpresado, reflejando este nuevo esquema organizativo con efecto desde el 1 de enero de 2010. Este cambio no tiene ningún impacto en los resultados consolidados de Telefónica.

Por otro lado, en Brasil, con el objetivo de que los ingresos del negocio fijo y móvil reflejen una evolución más clara de cada negocio con independencia de la contabilización que se deriva de la propiedad de las licencias, se han reclasificado, a partir del cuarto trimestre de 2011 y con efecto retroactivo desde el 1 de enero de 2010, ingresos asociados a la larga distancia, de forma que los ingresos por el servicio de larga distancia originado en la red móvil se consideran ingresos del negocio móvil, y los originados en la red fija, como ingresos del negocio fijo, presentándose además netos de eliminaciones "inter-compañía". Esta reclasificación no tiene efecto a nivel de los resultados consolidados de Brasil.

Finalmente, en el contexto de una creciente gestión integrada de los negocios fijo y móvil en Latinoamérica, y con el objetivo de facilitar la comprensión y el seguimiento de la evolución económica financiera de las operaciones de la Compañía en los mercados en los que está presente en la región y evitar distorsiones que, sin afectar a los resultados de Telefónica Latinoamérica en cada uno de estos países, puedan llevar a una interpretación errónea de la evolución individual de cada uno de los negocios, especialmente a nivel de gastos operativos e inversión, a partir del primer trimestre de 2011 la Compañía ha decidido publicar los datos financieros seleccionados correspondientes a Telefónica Latinoamérica consolidados por país, facilitando únicamente por negocio la apertura de los ingresos. Las variables operativas no sufren variación.

La estructura organizativa de gestión regional de Telefónica determina que no sea relevante para la presentación de la información financiera de la Compañía

En un ejercicio marcado por un escenario macroeconómico adverso, fuerte intensidad competitiva y efectos negativos derivados de la regulación, Telefónica ha obtenido unos sólidos resultados, alcanzando los objetivos de ingresos, margen OIBDA y CapEx fijados para 2011, gracias a la elevada diversificación de sus operaciones.

En este entorno, Telefónica ha continuado avanzando en su estrategia de captar el crecimiento en sus mercados, siendo importante destacar el fuerte incremento de la actividad de la Compañía en la segunda mitad del año 2011, derivado del reenfoque comercial y de los cambios introducidos en la oferta comercial en los principales países de operaciones.

Esta estrategia se ha traducido en un incremento en los **accesos** totales de casi un 7% interanual en términos orgánicos, hasta

alcanzar 306,6 millones a finales de 2011, con un impulso significativo de los clientes de contrato y de banda ancha móvil. Cabe destacar la aceleración en el crecimiento de accesos de la Compañía en el segundo semestre del año, obteniéndose una ganancia neta cercana a 13 millones de accesos (un 72% superior a la registrada en el primer semestre de 2011, y más que duplicando la registrada en el segundo semestre de 2010). Por geografías, destaca especialmente Telefónica Latinoamérica que, con un crecimiento interanual orgánico de accesos del 10%, se consolida como principal contribuidor a la expansión de los accesos de Telefónica.

➡ Los accesos **móviles** se sitúan en 238,7 millones en 2011, con un incremento interanual del 8% en términos orgánicos, tras acelerarse su crecimiento en la segunda mitad del año, registrándose en

este periodo y excluyendo las desconexiones realizadas en el año, una ganancia neta cercana a 13 millones de accesos (1,8 veces la obtenida en el primer semestre del año y 1,4 veces la registrada en el segundo semestre de 2010). Cabe destacar igualmente la ganancia neta registrada en el último trimestre, que marca un récord en el año (7,8 millones de accesos, excluyendo la desconexión de 1 millón de accesos de prepago inactivos en Brasil en diciembre), y aumenta un 45% en términos anuales (+59% respecto al trimestre anterior).

El foco de la Compañía en captar los clientes de mayor valor se traduce en un sostenido aumento del segmento **contrato** (+11% interanual), que supone casi un tercio de la base total de accesos móviles. Así, el peso del segmento contrato en la ganancia neta total se aproxima al 40% en el conjunto del ejercicio 2011, con cifras superiores al 100% en Telefónica España y en Telefónica Europa. En Latinoamérica cabe destacar el liderazgo de la Compañía en clientes de contrato, contando Telefónica con la mayor base de clientes de la región.

Los accesos de **banda ancha móvil** -accesos que tienen contratada una tarifa de datos y que, por tanto, son usuarios activos del servicio- superan los 38 millones a finales de 2011 (+61% interanual), con una penetración del 16% sobre el total de accesos móviles (+5 p.p. respecto a diciembre de 2010). Telefónica Europa alcanza una penetración del 31%, seguida de Telefónica España (29%), mientras que cabe destacar el enorme potencial de penetración de estos servicios en Telefónica Latinoamérica (10%).

La apuesta diferencial de la Compañía por el negocio de datos se refleja en el sostenido aumento de estos ingresos, que presentan un crecimiento interanual del 19,0% en términos orgánicos, superando el 31% de los ingresos de servicio móvil en 2011. Destaca el fuerte aumento de los ingresos de datos no-SMS (+37,5% interanual en términos orgánicos), que ya suponen más del 52% de los ingresos de datos totales.

- ↳ Los accesos minoristas de Internet de **banda ancha fija** suman un total de 18,0 millones (+5% interanual). La estrategia de paquetización de servicios de voz, banda ancha y televisión ha demostrado ser una palanca clave en el control del churn, incrementándose gradualmente, tanto en España como en Latinoamérica, el porcentaje de accesos de banda ancha fija minorista en paquetes de doble o triple oferta, hasta alcanzar en torno al 90% en 2011.
- ↳ Los accesos de **TV de pago** se sitúan en 3,3 millones en 2011 (+19% interanual), mostrando un repunte en su crecimiento, fundamentalmente gracias al éxito del reposicionamiento comercial del servicio en Latinoamérica, donde la ganancia neta obtenida en 2011 triplica la obtenida en 2010, a la inclusión de los clientes de TVA en Brasil desde el mes de junio y a la favorable evolución comercial registrada en España en el segundo semestre del año.
- ↳ Los accesos de **telefonía fija tradicional** totalizan 40,1 millones, lo que supone un descenso de un 3% interanual, que se ha mantenido estable a lo largo del año.

Debe recordarse que Vivo consolida sus resultados por integración global a partir del mes de octubre de 2010 (anteriormente los

resultados de Vivo se consolidaban proporcionalmente), impactando por tanto en las comparaciones interanuales de los resultados económico-financieros de Telefónica en términos reportados.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** en el conjunto de 2011 se sitúa en 62.837 millones de euros, con un avance interanual del 3,5%, impulsado por las mayores ventas de Telefónica Latinoamérica (+13,5% interanual). Los cambios en el perímetro de consolidación explican 4,1 p.p. de este crecimiento, mientras que los tipos de cambio restan 0,7 p.p. al crecimiento.

En términos orgánicos, los ingresos aumentan un 0,1% en 2011, impactados negativamente por los recortes de las tarifas de interconexión móvil en todas las geografías, que restan 842 millones de euros a dicho crecimiento. Excluyendo este impacto regulatorio, el crecimiento en términos orgánicos de 2011 se habría situado en el 1,4% (+4,8% en términos reportados).

Por servicios, continúa incrementándose el peso de los servicios con mayor potencial de crecimiento (banda ancha fija y móvil, servicios sobre la conectividad), hasta superar el 26% de los ingresos consolidados de Telefónica (+3 p.p. respecto a cierre de 2010). La aportación de estos servicios compensa la menor contribución de los ingresos tradicionales de accesos y voz.

Por regiones, los ingresos de Telefónica Latinoamérica suponen ya el 47% de los ingresos consolidados (+4 p.p. respecto a 2010) y se mantienen como motor de crecimiento y mayor contribuidor a los ingresos consolidados en términos orgánicos (+2,2 p.p.). Los ingresos de Telefónica Europa suponen el 25% de los ingresos consolidados, mientras que Telefónica España representa alrededor del 28%, mostrando en ambos casos descensos interanuales de 1,2 p.p. y 3,3 p.p., respectivamente.

Los **gastos por operaciones** consolidados ascienden a 44.501 millones de euros en 2011. Cabe recordar que la evolución interanual de estos gastos en términos reportados (+10,2%) está afectada fundamentalmente por el incremento de gastos de personal (+31,8% interanual) como resultado de:

- ↳ gastos de carácter no recurrente de reestructuración por importe de 1.262 millones de euros en el segundo semestre de 2010, fundamentalmente derivados de planes de adecuación de plantilla en diversas compañías (658 millones de euros) y de compromisos en firme ligados a las actuaciones de carácter social de la Fundación Telefónica (400 millones de euros, de los que 280 millones se registraron en Telefónica S.A. y el resto en Telefónica Latinoamérica).
- ↳ la provisión por gastos de reestructuración de plantilla registrada en el tercer trimestre de 2011 (2.671 millones de euros a nivel consolidado), ligada al expediente de regulación de empleo aprobado por la Compañía en España. Conviene recordar que esta provisión no ha supuesto salida de caja en el ejercicio.

En términos orgánicos, los gastos por operaciones presentan un crecimiento interanual del 3,2%, explicado por:

- ↳ Los **aprovisionamientos** totalizan 18.256 millones de euros y aumentan un 1,3% en términos orgánicos respecto a 2010 (+3,7% en términos reportados) como resultado del mayor consumo de terminales en las tres regiones asociado a la creciente adopción de "smartphones" que, no obstante, se ve compensado en parte por los menores gastos de interconexión móvil.

Continúa incrementándose el peso de los servicios con mayor potencial de crecimiento como la banda ancha y móvil hasta superar el 26% de los ingresos consolidados de Telefónica

Los **gastos por servicios exteriores** alcanzan 13.019 millones de euros y aumentan un 4,4% interanual en términos orgánicos (+6,5% reportado), fundamentalmente procedentes de Telefónica Latinoamérica, como resultado del mayor esfuerzo en atención al cliente, mayores gastos comerciales en un entorno de fuerte crecimiento de la actividad comercial, y mayores gastos ligados al despliegue de red 3G.

Los **gastos de personal** se sitúan en 11.080 millones de euros y crecen un 6,2% en términos orgánicos, principalmente procedentes de Latinoamérica, tras la internalización de personal realizada en Brasil en 2010 y la revisión salarial en junio de 2011 y la mayor inflación en algunos mercados de la región.

La plantilla promedio a cierre de 2011 alcanza 286.145 empleados (17.098 personas más que a diciembre de 2010), fundamentalmente por la mayor plantilla de Atento. Excluyendo Atento, la plantilla promedio de Telefónica se situaría en 133.948 empleados (128.011 empleados en 2010).

Por otro lado, los proyectos globales de eficiencia de Telefónica han contribuido muy positivamente a los resultados de 2011, aportando 636 millones de euros en ingresos y 523 millones de euros en OIBDA.

En este sentido, y poniendo en valor nuestra escala, cabe recordar que el programa de "Partners" de Telefónica cuenta ya con tres operadores adheridos (Bouygues, Etisalat y Sunrise). Esta iniciativa pone a disposición de determinados operadores y en el marco de un acuerdo comercial, un catálogo de servicios que permiten a los socios apalancarse en la escala de Telefónica y cooperar en áreas de negocio clave (roaming, servicios a multinacionales, compras, dispositivos, etc.).

El **resultado de enajenación de activos** asciende a 823 millones de euros en 2011, recogiendo fundamentalmente el impacto de la venta de torres no estratégicas, en el marco de una serie de iniciativas desarrolladas por los negocios para optimizar el uso del capital (impacto de 541 millones de euros en 2011, de los cuales en el cuarto trimestre se han registrado 467 millones; y 242 millones en 2010, de los cuales 179 millones se contabilizaron en el último trimestre). Asimismo, en 2011 se recoge el impacto positivo derivado de la reducción parcial de nuestra exposición económica en Portugal Telecom (184 millones de euros), así como la venta de activos no estratégicos registrados en T. España por importe de 73 millones de euros, de los que 40 millones de euros se han registrado en el cuarto trimestre.

Conviene recordar que en el tercer trimestre de 2010 este epígrafe recogía el impacto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (3.797 millones de euros) y de la venta de Manx Telecom, que generó una plusvalía de 61 millones de euros.

Así, el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en 2011 se sitúa en 20.210 millones de euros. En términos subyacentes, el OIBDA decrece un 2,1% impactado por la pérdida de ingresos de mayor margen, el fuerte aumento de la actividad comercial y el impacto negativo de la interconexión (188 millones de euros en 2011). En términos orgánicos, el OIBDA en el conjunto del año decrece un 5,1%.

A pesar del complicado entorno de operaciones y de la fuerte actividad en el año, la Compañía mantiene una elevada eficiencia operativa, alcanzando un margen OIBDA del 36,1% en términos orgánicos, con una erosión limitada de 2,0 p.p. respecto a 2010. En términos subyacentes, el margen OIBDA de 2011 se sitúa en el 36,1% (-2,1 p.p. respecto a 2010).

Por geografías, Telefónica Latinoamérica continúa incrementando su contribución al OIBDA consolidado, representando ya el 48% del OIBDA en términos subyacentes (+4 p.p. interanual), cifra que se incrementa hasta el 67% al sumar la contribución de Telefónica Europa.

La **amortización del inmovilizado** en 2011 (10.146 millones de euros) muestra un incremento interanual del 9,1% en términos reportados, reflejando la consolidación global de Vivo, así como la dotación a la amortización del valor de compra de Vivo asignado a los activos (336 millones de euros en el conjunto del año vs. 84 millones de euros en 2010). El total de dotaciones a amortizaciones derivadas de procesos de asignación de precio de compra de activos asciende a 1.119 millones de euros en 2011 (-2,0% interanual). En términos orgánicos las amortizaciones crecen un 1,2% respecto a 2010.

La plantilla promedio a cierre de 2011 alcanza 286.145 empleados, lo que supone 17.098 personas más que a diciembre de 2010

En consecuencia, el **resultado operativo (OI)** alcanza 10.064 millones de euros en 2011, con un descenso en términos subyacentes del 9,0% interanual. En términos orgánicos, en el conjunto del año, el descenso se sitúa en el 9,6% interanual (-38,9% reportado).

El resultado de las **participaciones por puesta en equivalencia** alcanza 635 millones de euros negativos en el conjunto de 2011, frente a los 76 millones de euros positivos registrados en 2010. Esta variación interanual viene explicada fundamentalmente por el efecto del ajuste de valor que la compañía Telco, S.p.A. ha realizado sobre su participación en Telecom Italia, así como por las sinergias operativas recuperadas, con un importe total de ambos efectos de 662 millones de euros (481 millones de euros después del correspondiente efecto fiscal). Conviene recordar que esta revisión de valor no ha supuesto salida de caja para la Compañía.

Los **gastos financieros** netos en el conjunto de 2011 alcanzan 2.941 millones de euros, con un aumento interanual del 11,0%, que viene explicado por la mayor deuda media respecto a 2010 (+13% hasta un total de 56.351 millones de euros). Estos gastos suponen un coste efectivo de la deuda del 5,22% que, excluyendo las diferencias de cambio se sitúa por debajo del 5% (4,91%) y es inferior al registrado en 2010 (5,0%).

Cabe destacar que el flujo de caja libre generado en 2011 ha permitido reducir la deuda financiera neta después de cancelación de compromisos y de pago de dividendos en 1.600 millones de euros en 2011. No obstante, tras los desembolsos destinados a recompra de acciones y desinversiones (excluido el segundo pago de la compra de Vivo, ya considerado en la deuda de cierre de 2010), la deuda financiera neta se ha incrementado en 365 millones de euros en 2011. En el mismo sentido, el devengo de intereses superior al pago, el incremento de valor actual de las obligaciones de pago a tipo fijo en derivados, y otros efectos, netos de los ahorros por depreciación de divisas, han aumentado la deuda financiera en 346 millones de euros en el ejercicio. Como resultado, la deuda financiera neta se

sitúa en 56.304 millones de euros a cierre de 2011 (+711 millones de euros con respecto a diciembre de 2010).

La gestión activa del circulante ha contribuido a la generación de caja con 1.353 millones de euros, a los que se suman 781 millones de euros por cobros de desinversiones, fundamentalmente procedentes de ventas de torres no estratégicas, que explican parte de la diferencia entre el CapEx devengado en el año, y los pagos de inversión netos. Los mencionados ahorros son resultado de diversas iniciativas de gestión realizadas sobre el activo y pasivo circulante.

Por otra parte, el pago de impuestos (1.959 millones de euros en 2011) es 657 millones de euros inferior al del ejercicio anterior, debido fundamentalmente a la aplicación de libertad de amortización de activos, y a la deducibilidad de determinadas provisiones.

Con todo ello, el **flujo de caja libre** generado por Telefónica en 2011 asciende a 9.270 millones de euros, lo que supone un incremento de 805 millones de euros respecto a 2010 (+9,5% interanual), marcando un récord de generación de caja de la Compañía, a pesar de las fuertes inversiones en espectro.

El flujo de caja libre por acción se sitúa en 2,06 euros (+9,8% interanual). Cabe mencionar que este importe está minorado en 0,20 euros por acción por los pagos ligados a la adquisición de espectro.

El **ratio de endeudamiento**, deuda neta más compromisos sobre OIBDA (excluyendo el resultado de enajenación de activos y ajustado por los gastos de reestructuración de plantilla en España), se situó en 2,63 veces a cierre de diciembre de 2011. Si consideramos el nuevo criterio de apalancamiento, el ratio deuda neta sobre OIBDA (ajustado por los gastos de reestructuración de plantilla en España) se situó en 2,46 veces.

Durante el ejercicio 2011, la **actividad de financiación** de Telefónica, sin tener en cuenta la actividad en los Programas de Papel Comercial de corto plazo, se ha situado por encima de los 11.500 millones de euros equivalentes, y se ha centrado principalmente en refinanciar los vencimientos de deuda de 2011, así como a suavizar el perfil de vencimientos de deuda en 2012 y 2013 a nivel de Telefónica, S.A.:

- ⇒ En el mercado de bonos, se ha realizado una emisión en euros por importe de 1.200 millones a 6 años en febrero, ampliada en 100 millones en marzo mediante una colocación privada.
- ⇒ En EE.UU. se ha realizado una emisión de bonos en febrero por valor de 2.750 millones de dólares, distribuida en dos tramos: 1.250 millones a 5 años y 1.500 millones a 10 años.
- ⇒ En el mercado bancario, en mayo se firmó la extensión de 4.000 millones de euros del tramo a tres años del préstamo sindicado de Vivo, de forma que de los 5.000 millones de euros que inicialmente vencían en julio de 2013, 2.000 millones de euros se extienden un año, hasta julio de 2014, y otros 2.000 millones de euros a tres años, hasta julio de 2016.
- ⇒ En mayo se firmó una línea de financiación para compra de bienes de equipo por valor de 376 millones de dólares con garantía de la Agencia Finesa de Crédito a la Exportación (Finnvera).
- ⇒ En noviembre en el mercado de bonos, se realizó una emisión en euros por importe de 1.000 millones a 4 años y 3 meses.

- ⇒ Y también en noviembre se ha realizado una colocación privada por un importe de 7.000 millones de yenes a 5 años.

Asimismo, conviene destacar las recientes operaciones de financiación cerradas en los meses de enero y febrero de 2012:

- ⇒ En enero se firmó una línea de financiación con una entidad financiera china para financiar compras de un proveedor del mismo país por importe de 375 millones de dólares.
- ⇒ En febrero, se realizó una ampliación del bono a 6 años emitido en febrero de 2011, por valor de 120 millones de euros mediante una colocación privada.
- ⇒ En el mercado de bonos, se ha realizado una emisión en euros por importe de 1.500 millones a 6 años.

Telefónica S.A. y sus sociedades instrumentales han continuado durante el ejercicio 2011 con su actividad de emisión bajo los distintos Programas de Papel Comercial (Doméstico y Europeo), con un importe vivo a cierre de diciembre de 1.685 millones de euros.

Por lo que respecta a Latinoamérica, las filiales de Telefónica han acudido a los mercados de financiación hasta diciembre de 2011 por un importe superior a los 2.600 millones de euros equivalentes. Cabe destacar el préstamo concedido a Vivo, S.A. por valor de 3.000 millones de reales brasileños para acometer proyectos de expansión y mejora en la red, implementación de la infraestructura necesaria para nuevas tecnologías desde 2011 a 2013, además de investigación y desarrollo. Por otra parte, conviene destacar las operaciones de financiación llevadas a cabo en Chile tanto en el mercado de bonos como en el mercado de préstamos, por importe aproximado de 300 millones de euros.

Telefónica cuenta con líneas de crédito disponibles y comprometidas con las entidades de crédito por valor de más de 10.100 millones de euros, de los cuales en torno a 7.700 millones de euros tienen un vencimiento superior a doce meses.

A cierre de diciembre de 2011, el peso de obligaciones y bonos dentro de la deuda financiera consolidada se sitúa en el 64% frente al 36% que representa la deuda con instituciones financieras.

El **gasto por impuestos** en 2011 se sitúa en 301 millones de euros, sobre un resultado antes de impuestos de 6.488 millones de euros. Cabe destacar que en el cuarto trimestre de 2011 se han cancelado impuestos diferidos reconocidos en la asignación del precio de compra de Vivo por importe de 1.288 millones de euros (952 millones de euros en el resultado de ejercicio atribuido a la sociedad dominante), como resultado de la puesta en valor fiscal de parte de los activos adquiridos.

Los **resultados atribuibles a intereses minoritarios** restan 784 millones de euros al beneficio neto en el conjunto de 2011,

El pago de impuestos fue de 1.959 millones de euros en 2011, que es 657 millones inferior al ejercicio anterior, debido a la libertad de amortización y la deducibilidad de algunas provisiones

explicados principalmente por la participación de los minoritarios en los beneficios de Telefónica Brasil (partida que se encuentra afectada por la cancelación del impuesto diferido antes mencionada), y Telefónica República Checa.

Como resultado de la evolución de todas las partidas anteriores, en 2011 el **beneficio neto consolidado** asciende a 5.403 millones de euros que, en términos subyacentes, supone un descenso del 16,6% interanual, situándose el **beneficio neto básico por acción**, también en términos subyacentes, en 1,66 euros (-16,4% interanual).

En términos reportados, el beneficio decrece un 46,9% interanual. Esta evolución está impactada por distintos factores. Por un lado, el beneficio neto consolidado de 2010 se vio afectado por:

- el impacto neto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (3.476 millones de euros).
- gastos de carácter no recurrente de reestructuración registrados en el segundo semestre de 2010 (862 millones de euros, netos de impuestos).
- la corrección del valor de los activos fiscales registrados en Colombia (-450 millones de euros, netos de minoritarios).

Por otro lado, el beneficio neto consolidado de 2011 se ha visto impactado por:

- la provisión por gastos de reestructuración de plantilla, contabilizada en el tercer trimestre, ligada al expediente de regulación de empleo en España antes mencionado (1.870 millones de euros netos de impuestos).
- cancelación del pasivo por impuesto diferido generado tras la adquisición del 50% de Vivo en 2010, con un impacto después de resultados atribuibles a intereses minoritarios de 952 millones de euros.

El beneficio neto básico reportado por acción se sitúa en 1,20 euros (-46,7% interanual).

La **inversión (CapEx)** en el conjunto de 2011 asciende a 10.224 millones de euros, incrementándose un 3,3% respecto a 2010 en términos orgánicos. En términos reportados, el CapEx decrece un 5,7% interanualmente. Cabe mencionar que la cifra de CapEx de 2011 incluye el coste del espectro en España, Brasil, Costa Rica y Colombia, por un importe total de 1.296 millones de euros, mientras que la inversión de 2010 recoge fundamentalmente las inversiones en espectro en Alemania y en México, por un importe total de 2.616 millones de euros.

La Compañía continúa enfocando su esfuerzo inversor en proyectos de crecimiento y transformación, impulsando el desarrollo de los servicios de banda ancha, tanto fija como móvil. Así, en 2011, un 79% del CapEx total se ha destinado a este tipo de proyectos.

En consecuencia, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** alcanza 9.986 millones de euros en 2011 (-9,8% en términos orgánicos, -33,1% en términos reportados). En términos subyacentes, el flujo de caja operativo alcanzaría los 13.769 millones de euros (-8,0% frente a 2010).

Definiciones

Crecimiento orgánico

En términos financieros, se asumen tipos de cambio promedio constantes de enero-diciembre 2010 y se excluye el impacto de cambios en el perímetro de consolidación y el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela. A estos efectos, en enero-diciembre 2010 se incluye la consolidación global de Vivo, HanseNet y Tuenti y se excluye el impacto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom, así como los resultados de Manx Telecom. Adicionalmente, se excluye de OIBDA y OI de 2010 el impacto derivado de la plusvalía obtenida por la venta de Manx Telecom, registrada en el segundo trimestre de 2010, así como los gastos de carácter no recurrente de reestructuración fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla y compromisos en firme ligados a las actuaciones de carácter social de la Fundación Telefónica, registrados en la segunda mitad de 2010. A nivel de OIBDA, en enero-diciembre 2011 se excluye el impacto positivo derivado de la venta parcial de nuestra participación económica en Portugal Telecom y la provisión por gastos de reestructuración de plantilla en España. Los resultados de la operación de Costa Rica se excluyen del cálculo del crecimiento orgánico. El CapEx de Telefónica excluye los Programas de Eficiencia Inmobiliaria de T. España, los compromisos inmobiliarios asociados a la nueva sede de Telefónica en Barcelona e inversiones en espectro. La ganancia neta excluye las desconexiones de clientes realizadas en el segundo trimestre de 2010 y en el tercer y cuarto trimestre de 2011.

Los resultados y accesos de 2011 incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007. Asimismo, los resultados de 2011 incluyen desde el mes de septiembre, y con efectos retroactivos desde el 1 de agosto de 2011, la consolidación global de Acens Technologies.

Crecimiento subyacente

Cifras reportadas, excluyendo impactos de carácter excepcional y adquisición de espectro. En 2011 se excluye: provisión por reestructuración de plantilla en España (-2.671 millones de euros; -1.870 millones de euros netos de impuestos), impacto positivo derivado de la reducción parcial de la exposición económica de Telefónica en Portugal Telecom (+184 millones de euros), el ajuste de valor de Telco, S.p.A. sobre su participación en Telecom Italia y por las sinergias operativas recuperadas (-662 millones de euros; -481 millones de euros netos de impuestos), saneamiento por la participación en BBVA (-80 millones de euros en resultados financieros; -56 millones de euros netos de impuestos), corrección de activos fiscales (-30 millones de euros), reversión impuesto diferido Vivo (+1.288 millones de euros brutos, +952 millones de euros netos de impuestos y minoritarios) y PPAs (-1.119 millones de euros; -790 millones de euros netos de impuestos y minoritarios). En 2010 se excluye: el impacto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (+3.797 millones de euros; +3.476 millones de euros netos de impuestos), gastos de carácter no recurrente de reestructuración (-1.262 millones de euros; -862 millones de euros netos de impuestos), plusvalía obtenida por la venta de Manx Telecom (+61 millones de euros), saneamiento T. Capital (-6 millones de euros), saneamiento por la participación en BBVA (-191 millones de euros en resultados financieros; -133 millones de euros netos de impuestos), corrección de activos fiscales en Colombia (-450 millones de euros netos de minoritarios), PPAs (-1.142 millones de euros; -847 millones de euros netos de impuestos y minoritarios) y otros ajustes (-55 millones de euros).

Telefónica

Datos financieros

Telefónica. Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	62.837	60.737	3,5
Trabajos para inmovilizado	739	737	0,3
Gastos por operaciones	(44.501)	(40.375)	10,2
Aprovisionamientos	(18.256)	(17.606)	3,7
Gastos de personal	(11.080)	(8.409)	31,8
Servicios exteriores	(13.019)	(12.228)	6,5
Variación de provisiones de tráfico	(818)	(853)	(4,1)
Tributos	(1.328)	(1.279)	3,8
Otros ingresos (gastos) netos	317	494	(35,9)
Resultado de enajenación de activos	823	4.150	(80,2)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(5)	35	c.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	20.210	25.777	(21,6)
Margen OIBDA	32,2%	42,4%	(10,3 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(10.146)	(9.303)	(9,1)
Resultado operativo (OI)	10.064	16.474	(38,9)
Resultado participaciones puestas en equivalencia	(635)	76	c.s.
Resultados financieros	(2.941)	(2.649)	11,0
Resultado antes de impuestos	6.488	13.901	(53,3)
Impuesto de Sociedades	(301)	(3.829)	(92,1)
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	6.187	10.072	(38,6)
Resultados atribuibles a intereses minoritarios	(784)	95	c.s.
Resultado neto	5.403	10.167	(46,9)
Número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.511	4.522	(0,2)
Resultado neto básico por acción (euros)	1,20	2,25	(46,7)

Notas:

- HanseNet y Jajah han entrado a formar parte del perímetro de consolidación de T. Europa desde mediados de febrero de 2010 y desde enero de 2010 respectivamente. El perímetro de T. España incluye Tuenti desde agosto de 2010 y Acens Technologies desde el 1 de agosto de 2011. El perímetro de consolidación de T. Latinoamérica incluye el 100% de Vivo desde octubre de 2010.
- Los resultados de 2011 de T. Latinoamérica incluyen desde el segundo semestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007.
- Telefónica International Wholesale Services (TIWS) y Telefónica North America (TNA) han entrado a formar parte del perímetro de consolidación de T. Europa desde el 1 de enero de 2011 (previamente en T. Latinoamérica). Para facilitar una comparación homogénea de la información los resultados económico-financieros de T. Europa y de T. Latinoamérica correspondientes al ejercicio 2010 se han reexpresado, reflejando este nuevo esquema organizativo con efecto desde el 1 de enero de 2010. Este cambio no tiene ningún impacto en los resultados consolidados de Telefónica.
- Cifras en millones de euros. Los resultados de 2011 están afectados por la provisión por reestructuración de plantilla en España (-2.671; -1.870 netos de impuestos), impacto positivo derivado de la reducción parcial de la exposición económica de Telefónica en Portugal Telecom (+184), el ajuste de valor de Telco, S.p.A. sobre su participación en Telecom Italia y por las sinergias operativas recuperadas (-662; -481 netos de impuestos), saneamiento por la participación en BBVA (-80 en resultados financieros; -56 netos de impuestos), corrección de activos fiscales (-30), reversión impuesto diferido Vivo (+1.288 brutos, +952 netos de impuestos y minoritarios) y PPAs (-1.119; -790 netos de impuestos y minoritarios). Los resultados de 2010 están afectados por el impacto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (+3.797; +3.476 netos de impuestos), gastos de carácter no recurrente de reestructuración (-1.262; -862 netos de impuestos), plusvalía obtenida por la venta de Manx Telecom (+61), saneamiento T. Capital (-6), saneamiento por la participación en BBVA (-191 en resultados financieros; 133 netos de impuestos), corrección de activos fiscales en Colombia (-450 netos de minoritarios), PPAs (-1.142; -847 netos de impuestos y minoritarios) y otros ajustes (-55).
- 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.
- Los datos reportados de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

Telefónica. Resultados por unidades de negocio

	Importe neto cifra de negocio			OIBDA			Margen OIBDA		
	Enero-Diciembre			Enero-Diciembre			Enero-Diciembre		
Datos no auditados (Millones de euros)	2011	2010	% Var	2011	2010	% Var	2011	2010	Var
Telefónica España ^{(1) (2)}	17.284	18.711	(7,6)	5.072	8.520	(40,5)	29,3%	45,5%	(16,2 p.p.)
Telefónica Latinoamérica ^{(1) (2) (3) (4)}	29.237	25.756	13,5	10.941	13.713	(20,2)	37,4%	53,2%	(15,8 p.p.)
Telefónica Europa ^{(1) (2) (4)}	15.524	15.724	(1,3)	4.233	4.080	3,8	27,3%	25,9%	1,3 p.p.
Otras sociedades y eliminaciones	792	545	45,2	(36)	(535)	(93,3)	n.s.	n.s.	n.s.
Telefónica ^{(1) (2) (3)}	62.837	60.737	3,5	20.210	25.777	(21,6)	32,2%	42,4%	(10,3 p.p.)

	Resultado operativo			CAPEX			OpCF (OIBDA-CAPEX)		
	Enero-Diciembre			Enero-Diciembre			Enero-Diciembre		
Datos no auditados (Millones de euros)	2011	2010	% Var	2011	2010	% Var	2011	2010	% Var
Telefónica España ^{(1) (2) (5)}	2.984	6.511	(54,2)	2.914	2.021	44,2	2.158	6.499	(66,8)
Telefónica Latinoamérica ^{(1) (2) (3) (4) (5)}	6.157	9.759	(36,9)	5.299	5.455	(2,9)	5.641	8.258	(31,7)
Telefónica Europa ^{(1) (2) (4) (5)}	1.116	879	27,0	1.705	3.152	(45,9)	2.528	928	n.s.
Otras sociedades y eliminaciones	(193)	(675)	(71,3)	306	217	40,9	(342)	(752)	(54,5)
Telefónica ^{(1) (2) (3) (5)}	10.064	16.474	(38,9)	10.224	10.844	(5,7)	9.986	14.933	(33,1)

- HanseNet y Jajah han entrado a formar parte del perímetro de consolidación de T. Europa desde mediados de febrero de 2010 y desde enero de 2010 respectivamente. El perímetro de T. España incluye Tuenti desde agosto de 2010 y Acens Technologies desde el 1 de agosto de 2011. El perímetro de consolidación de T. Latinoamérica incluye el 100% de Vivo desde octubre de 2010.
- Cifras en millones de euros. OIBDA, margen OIBDA, OI y OpCF de **T. España** incluyen el impacto de 40, en concepto de plusvalías, por la venta de activos no estratégicos en el cuarto trimestre de 2011 (73 en 2011) y la provisión por gastos de reestructuración de plantilla en España (2.591; 2.671 a nivel Telefónica consolidado) en el tercer trimestre de 2011 y 202 en el cuarto trimestre de 2010. Adicionalmente, en 2010 los resultados de la Compañía en términos reportados estuvieron afectados por: la contabilización del Servicio Universal (95 en ingresos y 31 en OIBDA; 38 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre), la venta de derechos de aplicaciones (101 tanto en ingresos como en OIBDA; 49 en el cuarto trimestre) y la recuperación de insolvencias (20 en OIBDA). En 2011 se han contabilizado en concepto de Servicio Universal 35 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre. En **T. Latinoamérica** OIBDA, margen OIBDA, OI y OpCF están impactados por la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (3.797 en el tercer trimestre de 2010) y 410 en el cuarto trimestre de 2010 por unos gastos de carácter no recurrente de reestructuración fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla y compromisos en firme ligados a las actuaciones de carácter social de la Fundación Telefónica. En **T. Europa** recogen una plusvalía de 61 por la venta de Manx Telecom en el segundo trimestre de 2010 y está impactado por unos gastos de reestructuración de 202 en el tercer trimestre del 2010 y 118 en el cuarto trimestre de 2010.
- Los resultados de 2011 de T. Latinoamérica incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007.
- Telefónica International Wholesale Services (TIWS) y Telefónica North America (TNA) han entrado a formar parte del perímetro de consolidación de T. Europa desde el 1 de enero de 2011 (previamente en T. Latinoamérica). Para facilitar una comparación homogénea de la información los resultados económico-financieros de T. Europa y de T. Latinoamérica correspondientes al ejercicio 2010 se han reexpresado, reflejando este nuevo esquema organizativo con efecto desde el 1 de enero de 2010. Este cambio no tiene ningún impacto en los resultados consolidados de Telefónica.
- Cifras en millones de euros. El CapEx incluye, en el segundo trimestre de 2011, 417 por la adquisición de espectro en Brasil (349) y Costa Rica (68); 37 por la adquisición de espectro en Colombia en el cuarto trimestre de 2011 y 842 por el espectro adquirido en España en 2011. El CapEx de 2010 incluye 1.379 por la adquisición de espectro en Alemania en el segundo trimestre de 2010 y 1.237 por la adquisición de espectro en México en 2010.

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.
- Los datos reportados de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

Telefónica. Estado de situación financiera consolidado

Datos no auditados (Millones de euros)	Diciembre 2011	Diciembre 2010	% Var
Activos no corrientes	108.800	108.721	0,1
Intangibles	24.064	25.026	(3,8)
Fondo de comercio	29.107	29.582	(1,6)
Inmovilizado material y propiedades de inversión	35.469	35.802	(0,9)
Activos financieros no corrientes y participaciones en empresas asociadas	13.743	12.618	8,9
Activos por impuestos diferidos	6.417	5.693	12,7
Activos corrientes	20.823	21.054	(1,1)
Existencias	1.164	1.028	13,2
Deudores y otras cuentas a cobrar	11.331	12.426	(8,8)
Administraciones Públicas deudoras	1.567	1.331	17,7
Activos financieros corrientes	2.625	1.574	66,8
Efectivo y equivalentes de efectivo	4.135	4.220	(2,0)
Activos no corrientes mantenidos para la venta	1	475	(99,8)
Total Activo = Total Pasivo	129.623	129.775	(0,1)
Patrimonio Neto	27.383	31.684	(13,6)
Patrimonio neto atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante	21.636	24.452	(11,5)
Patrimonio neto atribuible a intereses minoritarios	5.747	7.232	(20,5)
Pasivos no corrientes	69.662	64.599	7,8
Deuda financiera a largo plazo	55.659	51.356	8,4
Pasivos por impuestos diferidos	4.739	6.074	(22,0)
Provisiones a largo plazo	7.172	4.865	47,4
Otros acreedores a largo plazo	2.092	2.304	(9,2)
Pasivos corrientes	32.579	33.492	(2,7)
Deuda financiera a corto plazo	10.652	9.744	9,3
Acreedores comerciales	9.406	9.314	1,0
Administraciones Públicas acreedoras	2.568	2.822	(9,0)
Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales	9.953	11.612	(14,3)
Datos financieros			
Deuda financiera neta ⁽¹⁾	56.304	55.593	1,3

1 Cifras en millones de euros. Incluye: Deuda financiera a largo plazo + Otros acreedores a largo plazo (1.585) + Deuda financiera a corto plazo + Acreedores comerciales (55) - Activos financieros no corrientes y participaciones en empresas asociadas (4.830) - Deudores y cuentas a cobrar (58) - Inversiones financieras temporales incluidas dentro de los Activos financieros corrientes - Efectivo y equivalentes de efectivo.

Nota:

Los datos reportados de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

Telefónica. Flujo de caja y variación de deuda

		Enero-Diciembre		
Datos no auditados (Millones de euros)		2011	2010	% Var
I	Flujo de caja operacional	21.466	21.313	0,7
II	Pagos de intereses financieros netos (1)	(2.011)	(2.018)	
III	Pago de impuestos sobre sociedades	(1.959)	(2.616)	
A = I-II-III	Flujo de caja neto operativo antes de inversiones	17.496	16.679	4,9
B	Pagos por inversión en activos materiales e inmateriales (2)	(8.304)	(8.670)	
C = A+B	Flujo de caja operativo retenido	9.192	8.010	14,8
D	Cobros netos por desinversión inmobiliaria	30	41	
E	Pagos netos por inversión financiera	(3.590)	(6.618)	
F	(3)	(7.966)	(7.132)	
G = C+D+E+F	Flujo de caja libre después de dividendos	(2.334)	(5.700)	(59,0)
H	Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	(37)	2.366	
I	Efectos de variación de perímetro sobre la deuda financiera neta y otros	(1.587)	3.977	
J	Deuda financiera neta al inicio del periodo	55.593	43.551	
K = J-G+H+I	Deuda financiera neta al final del periodo	56.304	55.593	1,3

1 Incluye cobros de dividendos de filiales no consolidadas globalmente.

2 Cifras en millones de euros. Incluye 891 por el pago de espectro en España (441) y Latam (450) desglosados en Colombia (3), México (26), Brasil (349), Nicaragua (3) y Costa Rica (69).

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

Nota:

Los datos reportados de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

Reconciliaciones del flujo de caja con OIBDA menos CAPEX

Datos no auditados (Millones de euros)

	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
OIBDA	20.210	25.777	(21,6)
- CapEx devengado en el periodo	(10.224)	(10.844)	
- Pagos por amortización de compromisos	(807)	(834)	
- Pagos de intereses financieros netos	(2.011)	(2.018)	
- Pago de impuestos sobre Sociedades	(1.959)	(2.616)	
- Resultado por enajenación de activos ⁽¹⁾	1.848	(4.150)	
- Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	2.134	2.694	
= Flujo de caja operativo retenido	9.192	8.010	14,8
+ Cobros netos por desinversión inmobiliaria	30	41	
- Pagos netos por inversión financiera	(3.590)	(6.618)	
- Operaciones con accionistas minoritarios y con acciones propias	(7.966)	(7.132)	
= Flujo de caja libre después de dividendos	(2.334)	(5.700)	(59,0)

	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Flujo de caja operativo retenido	9.192	8.010	14,8
+ Pagos por amortización de compromisos	807	834	
- Operaciones con accionistas minoritarios	(728)	(378)	
= Flujo de caja libre	9.270	8.466	9,5
Número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.511	4.522	
= Flujo de caja libre por acción (euros)	2,06	1,87	9,8

1 En 2011 incluye 2.671 millones de euros en concepto de la provisión por reestructuración de plantilla en España.

Notas:

- 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 después de las operaciones con accionistas minoritarios, como consecuencia de la recirculación de fondos dentro del Grupo.
- Los datos reportados de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

Deuda financiera neta más compromisos

Datos no auditados (Millones de euros)

Diciembre 2011

	Acreeedores a LP ⁽¹⁾	57.244
	Emisiones y deudas con entidades de crédito a CP y otras deudas financieras ⁽²⁾	10.708
	Efectivo y equivalente de efectivo	(4.135)
	Inversiones financieras a CP y LP ⁽³⁾	(7.513)
A	Deuda financiera neta	56.304
	Compromisos brutos por reducción de plantilla ⁽⁴⁾	3.875
	Valor de activos a largo plazo asociados ⁽⁵⁾	(894)
	Impuestos deducibles ⁽⁶⁾	(1.171)
B	Compromisos netos por reducción de plantilla	1.810
A+B	Deuda total + Compromisos	58.114
	Deuda financiera neta / OIBDA ⁽⁷⁾	2,5x
	Deuda total neta + Compromisos / OIBDA ⁽⁸⁾	2,6x

1 Incluye "Deuda financiera a largo plazo" y 1.585 millones de euros de "Otros acreedores a largo plazo".

2 Incluye "Deuda financiera a corto plazo", y 55 millones de euros de "Acreedores comerciales" por operaciones Rent to Rent de T. de España en ambos ejercicios.

3 Incluye "Activos financieros corrientes", 4.830 millones de euros de "Activos financieros no corrientes y participaciones en empresas asociadas", y 58 millones euros de "Deudores y cuentas a cobrar" por operaciones Rent to Rent de T. de España.

4 Fundamentalmente en España. Esta cifra aparece reflejada dentro de las cuentas de balance "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".

5 Importe incluido en la cuenta de balance "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.

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

7 Calculado a partir del OIBDA ajustado por la reestructuración de plantilla en España.

8 Calculado a partir del OIBDA excluyendo el resultado de enajenación de activos y ajustado por la reestructuración de plantilla en España.

Nota:

Los datos reportados de 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela.

Estructura de la deuda por divisa

Datos no auditados

	Diciembre 2011				
	EUR	LATAM	GBP	CZK	USD
Estructura de la deuda por divisa	75%	14%	6%	3%	2%

Ratings crediticios

	Largo plazo	Corto plazo	Perspectiva	Fecha última modificación del rating
Moody's ¹	Baa1	P-2	Negativo	02/02/2012
JCR ²	A	-	Estable	17/12/2008
S&P ¹	BBB+	A-2	Negativo	21/12/2011
Fitch/IBCA ¹	BBB+	F-2	Estable	27/09/2011

¹ El rating crediticio es asignado por una agencia de calificación crediticia establecida en la UE y registrada de conformidad con el Reglamento (EC) 1060/2009.

² El rating crediticio es emitido por una agencia de calificación crediticia establecida en un tercer país que ha sido certificada de conformidad con el Reglamento (EC) 1060/2009.

Telefónica. Tipos de cambio aplicados

	Cuenta de Resultados y CapEx ⁽¹⁾		Estado de Situación Financiera ⁽²⁾	
	Ene-Dic 2011	Ene-Dic 2010	Diciembre 2011	Diciembre 2010
Estados Unidos (Dólar USA/Euro)	1,391	1,324	1,294	1,336
Reino Unido (Libra/Euro)	0,868	0,857	0,835	0,861
Argentina (Peso Argentino/Euro)	5,743	5,180	5,569	5,313
Brasil (Real Brasileño/Euro)	2,325	2,328	2,427	2,226
Rep. Checa (Corona Checa/Euro)	24,591	25,291	25,800	25,060
Chile (Peso Chileno/Euro)	672,246	674,363	671,795	625,356
Colombia (Peso Colombiano/Euro)	2,568,667	2,509,215	2,513,662	2,557,460
Guatemala (Quetzal/Euro)	10,831	10,660	10,106	10,708
México (Peso Mexicano/Euro)	17,252	16,711	18,047	16,502
Nicaragua (Córdoba/Euro)	31,185	28,271	29,726	29,239
Perú (Nuevo Sol Peruano/Euro)	3,828	3,738	3,489	3,754
Uruguay (Peso Uruguayo/Euro)	26,835	26,537	25,746	26,850
Venezuela (Bolívar Fuerte/Euro) ⁽³⁾	5,564	5,746	5,564	5,746

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

² Tipos de cambio a 31/12/11 y 31/12/10.

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 Latinoamérica ¹

Latinoamérica ha cerrado el año 2011 con un entorno macroeconómico muy favorable, manteniendo su diferencial de crecimiento positivo frente al resto de economías avanzadas y un elevado potencial de crecimiento futuro.

En este entorno, Telefónica gestionaba a finales de 2011 más de 201 millones de accesos en la región, acelerando su crecimiento interanual por tercer trimestre consecutivo hasta el 10%. Esta positiva evolución refleja una mayor intensidad comercial en la segunda mitad del año, que se traduce en niveles récord de captación de clientes en el cuarto trimestre, sin precedentes desde 2007, a pesar de la mayor penetración en los mercados.

Respecto a las principales tendencias en el negocio de **telefonía móvil** en el año 2011 cabe señalar:

- ↳ La **penetración** estimada en Latinoamérica alcanza el 111% (+11 p.p. interanual).
- ↳ Los **accesos móviles** crecen un 11% interanual hasta 166 millones, registrando una aceleración en el trimestre.
- ↳ La **ganancia neta** en el conjunto del año se sitúa en 18,4 millones de accesos (excluyendo la desconexión de un millón de accesos inactivos de prepago en Brasil en diciembre y 360 mil accesos en Chile en el tercer trimestre), tras captar en el cuarto trimestre 7,5 millones de clientes, lo que supone un crecimiento interanual de la ganancia neta del 66% en el cuarto trimestre (+60% respecto al tercer trimestre) y del 26% en el conjunto del año.
- ↳ La sostenida apuesta por la calidad de la base de clientes se refleja en el liderazgo de la Compañía en el segmento **contrato**. Telefónica cuenta con la mayor base de clientes de contrato de la región, más de 35,2 millones a finales de 2011, tras crecer un 18% interanualmente hasta representar el 21% del total.
- ↳ Los accesos de **banda ancha móvil** se incrementan un 114% interanual en 2011 y suponen ya un 10% de los accesos móviles de la Compañía en la región (+5 p.p. interanual), tras alcanzar una ganancia neta de 8,7 millones de accesos impulsada por la fuerte expansión de "smartphones", cuya base se ha multiplicado por 3 respecto a 2010.
- ↳ El **churn** se sitúa en el 2,8% en el conjunto del año (2,9% en el cuarto trimestre como consecuencia de la desconexión de clientes inactivos de prepago en Brasil; +0,3 p.p. interanual).
- ↳ El **tráfico** gestionado aumenta más rápidamente que los accesos, creciendo un 13% interanual en el conjunto del año.
- ↳ Los **ingresos de datos** en 2011 se consolidan como palanca clave para el crecimiento de la Compañía y aumentan en términos orgánicos un 32% (+31% en el trimestre), impulsados por el mayor peso de los clientes de banda ancha móvil. Así, los ingresos de datos representan ya el 26% de los ingresos de servicio móvil en la región, destacando el creciente peso de los ingresos de datos no-SMS, que suponen el 53% de los ingresos totales de datos.

- ↳ La calidad del crecimiento alcanzado en 2011 se refleja en la evolución del **ARPU**, que se mantiene prácticamente estable interanualmente en el conjunto del año (-0,5% en términos orgánicos), a pesar del crecimiento de doble dígito de la base de clientes y de las bajadas de las tarifas de interconexión, y mejora su evolución en el cuarto trimestre (+0,3% interanual).

En el negocio de **telefonía fija** cabe señalar:

- ↳ Telefónica gestiona un total de 35,2 millones **accesos** en la región en 2011 (+2% interanual).
- ↳ La continua apuesta por la **paquetización** y la banda ancha se refleja en que el 73% de los accesos fijos tienen ya contratado algún servicio paquetizado (+7 p.p. interanual), mientras que un 90% de los accesos de banda ancha disfrutaban también de alguna oferta 2P/3P.
- ↳ Los accesos de **banda ancha** de la Compañía se sitúan en 8,4 millones (+13% interanual), tras registrar una ganancia neta de 944 mil accesos en el conjunto del año (251 mil en el trimestre).
- ↳ La ganancia neta de clientes de **TV de pago** en 2011 alcanza los 465 mil accesos (312 mil excluyendo TVA) gracias al exitoso reenfoque comercial del servicio, superando en más de 3 veces la obtenida en 2010. Así, los clientes de TV de pago ascienden a 2,3 millones de accesos.
- ↳ En el **negocio tradicional** los accesos se sitúan en 24 millones en 2011 (-2% interanual).

Respecto a los resultados económico-financieros de Telefónica Latinoamérica, debe recordarse que la evolución interanual, en términos reportados, está impactada por la consolidación global de Vivo desde el mes de octubre de 2010 (anteriormente los resultados de esta compañía se consolidaban proporcionalmente). Por otro lado, en el tercer trimestre de 2010 se contabilizaron 3.797 millones de euros derivados de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom. Asimismo, debe recordarse que el OIBDA de 2010 estuvo impactado por el registro en el cuarto trimestre de 2010 de gastos de carácter no recurrente de reestructuración (410 millones de euros).

Además, e incidiendo negativamente en la comparación interanual, tanto en términos orgánicos como reportados, hay que señalar la contribución de los proyectos regionales, que en 2011 no suponen

¹ **Crecimiento orgánico:** En términos financieros, se asumen tipos de cambio promedio constantes de enero-diciembre 2011 y se excluye el impacto de cambios en el perímetro de consolidación y el impacto del ajuste por hiperinflación en Venezuela. A estos efectos, en enero-diciembre 2010 se incluye la consolidación global de Vivo, y se excluye el impacto positivo derivado de la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom. Adicionalmente, se excluyen del OIBDA de 2010 gastos de carácter no recurrente de reestructuración, registrados en la segunda mitad de 2010. Los resultados de la operación de Costa Rica se excluyen del cálculo del crecimiento orgánico. El CapEx de Telefónica excluye inversiones en espectro. La ganancia neta excluye las desconexiones de clientes realizadas en el tercer y cuarto trimestre de 2011. Los resultados y accesos de 2011 incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007.

ninguna aportación material a los resultados, mientras que en el conjunto de 2010 aportaron 200 millones de euros en ingresos y 241 millones en OIBDA (88 millones en OIBDA del cuarto trimestre de 2010). También debe tenerse en cuenta el impacto de la venta de torres no estratégicas en 2011 (541 millones de euros frente 242 millones en 2010; 467 millones y 179 millones, respectivamente en el cuarto trimestre), así como el impacto positivo registrado en 2010 derivado de las compensaciones recibidas en Chile de los seguros de cobertura por los daños del terremoto ocurrido en el país, registrado en su mayor parte en el cuarto trimestre.

Los **ingresos** en el año 2011 alcanzan 29.237 millones de euros, con un crecimiento interanual del 13,5% reportado. Destaca la favorable evolución de los ingresos en términos orgánicos, que en el conjunto del año aumentan un 5,0%, mostrando una aceleración en el cuarto trimestre (+5,3%; +4,9% hasta septiembre). Excluyendo México, afectado por la fuerte reducción de los cargos de interconexión en las redes móviles, los ingresos tendrían un fuerte crecimiento en la región, alcanzando un 6,2% en términos orgánicos en el año.

La evolución de los ingresos refleja el repunte en el crecimiento de los ingresos de servicio móvil en el cuarto trimestre, fruto de la apuesta de la Compañía por incrementar la actividad comercial en la segunda mitad del año para captar el potencial del mercado, a pesar del impacto en los gastos comerciales a corto plazo.

Brasil refuerza su papel como principal mercado de la región, representando el 49% de los ingresos en 2011, y también como principal motor del crecimiento orgánico de los ingresos de Telefónica en Latinoamérica (+2,6 p.p.).

Los **gastos por operaciones** alcanzan 19.311 millones en 2011, aumentando en términos orgánicos un 8,7% interanual (+15,3% reportado), en un entorno de niveles de actividad comercial superiores a los registrados en el mismo periodo de 2010, dirigidos a impulsar el crecimiento futuro de los ingresos de la Compañía.

- ↳ Los gastos de **aprovisionamientos** presentan un incremento del 5,4% en términos orgánicos alcanzando 7.519 millones de euros, consecuencia de la dinámica del mercado caracterizada por el crecimiento de los nuevos negocios. Así, se observa crecimiento de los gastos por proveedores de contenidos y servicios, mayores gastos de circuitos, emplazamientos y torres y mayores costes de terminales, influido igualmente por el mayor peso de los terminales de gamas más altas como los "smartphone".
- ↳ Los gastos de **servicios exteriores** alcanzan 7.826 millones de euros, tras aumentar un 9,5% interanual en términos orgánicos (+20,3% reportado). Esta evolución es consecuencia de la apuesta por mantener altos niveles de calidad que impactan en mayores comisiones, costes de red y sistemas y en mayor esfuerzo en atención al cliente, así como mayores costes de energía asociada a los emplazamientos por mayores despliegues de planta.
- ↳ Los **gastos de personal** se sitúan en 2.644 millones de euros, con un incremento interanual del 13,4% en términos orgánicos, consecuencia del incremento de personal experimentado en Brasil y por la mayor inflación en algunos mercados de la región.

El **OIBDA** se sitúa en 10.941 millones de euros en 2011 y permanece relativamente estable en términos orgánicos (-1,4%), a pesar de la mayor actividad comercial y de la menor contribución de los proyectos regionales. En términos reportados el OIBDA decrece un 20,2%, afectado fuertemente por los impactos no recurrentes mencionados anteriormente.

La evolución del OIBDA en el cuarto trimestre del año refleja los mayores esfuerzos comerciales, con foco en clientes de valor, la venta de torres no estratégicas, el comportamiento del negocio en México, la menor contribución de los proyectos regionales y otros impactos no recurrentes.

Así, y a pesar de la mayor actividad comercial en entornos de alta competencia, la Compañía mantiene una elevada eficiencia operativa, alcanzando un margen OIBDA reportado del 37,4% en el conjunto del año (41,2% en el trimestre).

El **CapEx** se sitúa en 5.299 millones de euros en 2011 (+6,6% en términos orgánicos; -2,9% reportado). Debe señalarse que la evolución interanual está afectada por la contabilización en 2011 del espectro licitado en 2010 en Brasil (349 millones de euros) y por la adquisición de espectro en el segundo trimestre en Costa Rica (68 millones de euros) y en el cuarto trimestre en Colombia (37 millones de euros), frente a la adquisición de espectro en México por 1.237 millones de euros en 2010.

Así, el **flujo de caja operativo** se sitúa en 5.641 millones de euros, con una disminución interanual del 6,9% en términos orgánicos.

BRASIL (variaciones interanuales en términos orgánicos)

2011 ha supuesto un año de consolidación del liderazgo de Telefónica en Brasil, un mercado que ha vuelto a registrar un elevado crecimiento y a liderar la adopción de nuevos servicios en la región. En este entorno, y a pesar de la fuerte intensidad competitiva, la Compañía ha mejorado su posicionamiento en todos los servicios, apalancando las ventajas de ser un operador integrado, siendo especialmente destacable el fortalecimiento de su liderazgo en aquellos segmentos de mayor valor, con mayor proyección de futuro y que demandan una mayor calidad de servicio.

Así, en el cuarto trimestre del año la Compañía ha vuelto a registrar una intensa actividad comercial, lanzando nuevos productos y servicios y mejorando su oferta comercial. Entre los nuevos productos destaca el lanzamiento del servicio fijo a través de tecnología "fixed wireless" en 90 municipios de Brasil fuera del estado de Sao Paulo, iniciando la expansión de los servicios fijos fuera de su área tradicional de influencia y que será lanzado a nivel nacional a lo largo del primer trimestre de 2012. Al mismo tiempo, la oferta "push to talk" (Vivo Direto) lanzada en el trimestre anterior sigue registrando unos altos niveles de aceptación. Igualmente desde principios de noviembre se ofrecen canales de alta definición para los clientes de DTH.

También hay que destacar el comienzo de la actividad comercial en la banda de 1800Mhz en Norte y Nordeste (en el mes de

octubre); Bahía, Sergipe y Espírito Santo (noviembre); São Paulo, Rio y Paraná Santa Catalina (diciembre), lo que ha fortalecido la posición comercial de la Compañía, especialmente en el segmento de prepago. Asimismo, la Compañía ha lanzado nuevas tarifas como consecuencia de la campaña Vivo Sempre que ha permitido reforzar el posicionamiento en el segmento prepago, además de estimular las recargas, tanto para voz local como para larga distancia.

En el negocio de banda ancha fija, la agresividad comercial del mercado continúa, a lo que la Compañía ha hecho frente intensificando sus ofertas, especialmente a final de año. Cabe destacar el aumento de las altas en las velocidades superiores a lo largo del año, marcando un máximo anual en el último trimestre.

Como resultado de todas las nuevas iniciativas comerciales, Telefónica ha alcanzado al cierre de 2011 un total de 87,2 millones de **accesos** en Brasil (+15% interanual, acelerando en casi 2 p.p. respecto al trimestre anterior), gracias a la positiva evolución de los accesos móviles (+19% interanual) y banda ancha fija (+10% interanual).

Especialmente destacable es la evolución de la ganancia neta móvil en los últimos tres meses que, excluyendo la desconexión de accesos realizada en diciembre de 2011, es más de dos veces superior a la del cuarto trimestre de 2010 y casi dos veces superior a la del trimestre anterior.

Respecto a los resultados económico-financieros en términos reportados, debe recordarse que la evolución interanual está impactada por la consolidación global de Vivo desde el mes de octubre de 2010 (anteriormente los resultados de esta compañía se consolidaban proporcionalmente). Asimismo, desde junio de 2011, y con efecto retroactivo desde el 1 de enero de este año, TVA ha pasado a incorporarse por consolidación global aportando 153 mil accesos de TV de pago, 81 millones de euros en ingresos y 22 millones de euros en OIBDA en 2011.

Por otro lado, con el objetivo de que los ingresos del negocio fijo y móvil reflejen una evolución más clara de cada negocio con independencia de la contabilización que se deriva de la propiedad de las licencias, se han reclasificado, a partir del cuarto trimestre de 2011 y con efecto retroactivo desde el 1 de enero de 2010, los ingresos asociados a la larga distancia, de forma que los ingresos por el servicio de larga distancia originado en la red móvil se consideran ingresos del negocio móvil, y los originados en la red fija, se contabilizan como ingresos del negocio fijo, presentándose además netos de eliminaciones "inter-compañía". Esta reclasificación no tiene efecto a nivel de los resultados consolidados de Brasil.

La fuerte actividad comercial registrada en la segunda mitad del año y el lanzamiento de nuevos servicios tienen un claro reflejo en la evolución de los **ingresos** de la Compañía en el cuarto trimestre, que aumentan un 5,3% interanual, con una significativa aceleración respecto al trimestre anterior (+3,5% interanual). Así, en el conjunto del año los ingresos se sitúan en 14.326 millones de euros, con un crecimiento interanual del 5,4%.

Los **gastos por operaciones** crecen un 6,0% interanual, impulsados por los mayores gastos de servicios exteriores (+8,5% interanual) asociados

al fuerte crecimiento de los clientes en un entorno de mayor actividad comercial y lanzamiento de nuevos productos en el año. Asimismo, los gastos de personal aumentan un 17,7% respecto a 2010, reflejando la consolidación de la operación de TVA y sus empleados desde junio, con carácter retroactivo a enero, así como las subidas salariales en este último trimestre del año y el incremento de plantilla por la internalización de personal en 2010.

Así, el **OIBDA** en 2011 alcanza 5.302 millones de euros, con un incremento interanual del 5,2%, manteniendo la Compañía una sólida eficiencia operativa, con un margen OIBDA del 37,0% (estable interanualmente). La evolución interanual del OIBDA y del margen, tanto en el año como en el trimestre, reflejan el fuerte esfuerzo comercial realizado y recogen la contabilización de la venta de torres no estratégicas (186 millones de euros en 2011; 163 millones en el cuarto trimestre; y 117 millones de euros en 2010, todos ellos en el cuarto trimestre) y por gastos de carácter no recurrente asociados a planes de adecuación de plantilla en el cuarto trimestre de 2010 (60 millones de euros).

El **CapEx** en el conjunto del año alcanza 2.468 millones de euros, de los cuales 349 millones corresponden a la adquisición del espectro licitado en 2010. En términos orgánicos, excluyendo el espectro, el CapEx se mantendría prácticamente estable interanualmente (-0,1%), reflejando la decidida apuesta de la Compañía por incrementar la cobertura de la red 3G, que ya alcanza el 82% de la población brasileña, muy superior a la de los competidores. Asimismo, la Compañía ha seguido desplegando fibra de forma selectiva en São Paulo.

Así, el **flujo de caja operativo** se sitúa en 2.834 millones de euros en 2011 impactado por la adquisición de espectro (+9,1% interanual en términos orgánicos).

Actividad comercial y evolución de los ingresos por negocio

Negocio Móvil

El mercado móvil brasileño alcanza una penetración del 124% a finales de 2011, con un crecimiento interanual de 20 p.p.

En línea con la tendencia iniciada en el tercer trimestre del año, en el cuarto trimestre de 2011 Telefónica Brasil ha vuelto a registrar niveles récord de actividad comercial. Así, la ganancia neta en el cuarto trimestre se sitúa en 5,5 millones de accesos (excluyendo la desconexión de un millón de accesos inactivos de prepago en el mes de diciembre), la más alta registrada en un trimestre en los últimos 3 años. Esta cifra supone un crecimiento interanual del 115% y del 86% respecto a la ganancia neta del trimestre anterior, permitiendo a la Compañía alcanzar al cierre del año un total de 71,6 millones de **accesos** (+19% interanual).

En el conjunto del año la ganancia neta asciende a 12,3 millones de accesos, de los cuales el 69% se han captado en la segunda mitad del año. Cabe destacar la aceleración registrada por los accesos de banda ancha móvil, que alcanzan una ganancia neta de 4,2 millones de clientes (casi 3 veces superior a la del 2010), derivada

principalmente de la mayor ganancia neta de "smartphones" (7 veces frente a la registrada en 2010), alcanzándose una penetración de banda ancha móvil del 11% de la base total (+5 p.p. interanual).

Con todo ello, la Compañía ha liderado en 2011 el crecimiento del mercado en clientes de alto valor, alcanzando una cuota de mercado a diciembre del 29,5%, prácticamente estable frente a 2010 (-0,2 p.p.). Hay que resaltar el incremento de la cuota de mercado en los segmentos de mayor valor a pesar de la fuerte intensidad competitiva, hasta alcanzar un 36,6% en contrato (+1,3 p.p. interanual) y un 43,4% en datos móviles (+3,3 p.p. interanual), lo que refleja las ventajas competitivas de la Compañía en aspectos como calidad de servicio y cobertura de red.

El **churn** se sitúa en el 2,8% en el conjunto del año, con un repunte en el trimestre hasta el 3,0% derivado de la desconexión de un millón de accesos inactivos de prepago. Debe destacarse el menor churn de contrato (1,5%), que permanece estable respecto a 2010.

El **tráfico** gestionado aumenta un 20% en el trimestre y un 19% en el conjunto del año, reflejando la calidad del crecimiento de la base de clientes y el éxito de las campañas comerciales lanzadas para impulsar el consumo.

El **ARPU** registra una reducción interanual del 3,6% en el año, mejorando esta evolución en el cuarto trimestre (-3,0%), principalmente por el fuerte crecimiento en el ARPU de datos, que refleja la expansión de los planes de datos sobre "smartphones".

Los **ingresos**, incluyendo ya la totalidad del negocio de larga distancia móvil y netos de eliminaciones, aceleran en el trimestre, con un aumento interanual de 12,0% (+10,6% en el conjunto del año), situándose en 8.437 millones de euros en 2011, gracias al fuerte incremento de los ingresos de servicio (+12,6% interanual en 2011), que se acelera en el cuarto trimestre hasta el 15,8%.

La apuesta diferencial de la Compañía por el negocio de datos se refleja un trimestre más en el sostenido aumento de los ingresos de datos (+42% interanual en 2011), que ya suponen el 24% de los ingresos de servicio (+5 p.p. interanual) y se consolidan como palanca clave del crecimiento de la Compañía. Los ingresos de datos no-SMS suponen el 62% de los ingresos de datos totales, impulsados por el buen comportamiento de la banda ancha móvil.

Negocio Fijo

Telefónica gestiona en Brasil 15,6 millones de **accesos fijos** a finales de 2011, permaneciendo estables en términos interanuales (-0,1%). Al cierre del año los accesos del **negocio tradicional** se sitúan en 11,0 millones (-2,8% interanual).

En el negocio de **banda ancha**, los accesos alcanzan un total de 3,6 millones, con un sostenido aumento interanual del 10% e incrementan su peso sobre los accesos fijos de la Compañía en 4 p.p. respecto a 2010 hasta el 33%. La ganancia neta en el conjunto del año se sitúa en 329 mil accesos (80 mil en el trimestre), en un entorno de fuerte agresividad comercial de los competidores.

En **TV de pago**, la Compañía gestiona un total de 699 mil accesos al cierre de 2011 (+44% interanual), incluyendo los accesos de TVA (153 mil clientes), tras registrar una ganancia neta en el año de 60 mil accesos (excluyendo la incorporación de TVA).

Los **ingresos** se sitúan en 5.890 millones de euros al cierre de 2011, con un descenso interanual del 1,4% (3,9% en el trimestre).

Los ingresos de telefonía tradicional, excluyendo ya los ingresos de larga distancia inter-compañía reflejan un descenso interanual del 8,0% en 2011 (-9,8% en el trimestre), este descenso refleja principalmente el incremento en la sustitución fijo móvil derivado del éxito de las tarifas de larga distancia móvil. Por otro lado, cabe destacar al cierre de 2011 el incremento de los ingresos de Internet y TV de pago (+16,1% interanual en 2011) así como los de datos y TI (+16,2% interanual), que representan en conjunto el 32% de los ingresos totales (+5,4% p.p. interanual).

ARGENTINA (variaciones interanuales en moneda local)

Telefónica de Argentina ha consolidado en 2011 su apuesta por el valor del cliente como palanca fundamental de crecimiento, siendo su principal foco una oferta diferencial de banda ancha fija y móvil.

La Compañía gestiona al cierre del año 23,0 millones de accesos (+3% interanual), destacando el sólido crecimiento de la banda ancha fija, la positiva evolución del negocio móvil y la estabilidad de los accesos tradicionales fijos.

Los **ingresos** en el conjunto de 2011 alcanzan 3.174 millones de euros, con un crecimiento interanual del 14,5% (12,9% en el cuarto trimestre) y mayores ingresos tanto en el negocio móvil como en el fijo.

Los **gastos por operaciones** aumentan un 15,4% interanual (+17,7% en términos orgánicos), impactados por el aumento generalizado de los precios y por el incremento del tráfico móvil, que impulsa los costes de interconexión y roaming. La comparativa interanual en el trimestre se encuentra afectada por el registro en el cuarto trimestre de 2010 de gastos de carácter no recurrente de reestructuración por planes de adecuación de plantilla (40 millones de euros).

El **OIBDA** se sitúa en 1.085 millones de euros en 2011, con un incremento del 11,1% interanual (+20,5% en el trimestre) y un margen OIBDA del 33,4% (-1,0 p.p. interanual). En términos orgánicos, excluyendo los efectos no recurrentes registrados en 2010, el OIBDA crecería un 7,2% interanual (+5,5% en el trimestre).

La Compañía ha liderado en 2011 el crecimiento del mercado en clientes de alto valor, con una cuota de mercado a diciembre del 29,5%

El **flujo de caja operativo** alcanza 636 millones de euros en 2011 (+3,2% interanual; -2,5% en términos orgánicos), tras registrarse un **CapEx** de 449 millones de euros en el conjunto del año (+24,9% interanual), destinado principalmente a inversiones para la mejora de la calidad de servicio en banda ancha fija y banda ancha móvil, en la que además se sigue incrementando progresivamente el nivel de cobertura.

Actividad comercial y evolución de los ingresos por negocio Negocio Móvil

La penetración estimada en el mercado móvil en Argentina alcanzó el 138% al cierre del año 2011, con un incremento interanual de 9 p.p.

Telefónica en Argentina gestiona 16,8 millones de **accesos** a diciembre de 2011 (+4% interanual), tras registrar un alto nivel de actividad comercial en el conjunto del año que se refleja en una ganancia neta de 618 mil accesos, casi triplicando la ganancia neta obtenida en 2010 y de 364 mil accesos en el cuarto trimestre.

Resulta importante destacar el sólido comportamiento de los accesos del segmento contrato, que muestran un crecimiento interanual del 7% y suponen el 37% de los accesos totales y dos tercios de la ganancia neta registrada en el año (407 mil accesos).

El **churn** de 2011 se sitúa en el 2,6% (+0,3 p.p. interanual), impactado por el incremento del churn de prepago, si bien en el cuarto trimestre muestra una mejor evolución (2,5%, -0,5 p.p. respecto al trimestre anterior).

El **tráfico** gestionado en 2011 crece un 7% interanual, gracias al buen comportamiento del tráfico de salida (+9% interanual).

El **ARPU** en el conjunto del año continúa mostrando un fuerte aumento interanual (+17,3%; +16,5% en el trimestre), impulsado principalmente por el mayor ARPU de salida (+20,2% en el año; +19,3% en el trimestre).

Los **ingresos** en 2011 se sitúan en 2.039 millones de euros, con un crecimiento interanual del 14,2% (+11,1% en el trimestre). Este sólido comportamiento se apoya en la positiva evolución de los ingresos de servicio móvil, que aumentan interanualmente un 12,9% (+10,0% en el trimestre), y de los mayores ingresos por venta de terminales (+32,4% interanual) ligados a la mayor actividad comercial.

La buena aceptación de las campañas comerciales lanzadas en el trimestre, que han estado focalizadas en impulsar el uso de la banda ancha móvil, se traduce en un importante crecimiento de los ingresos de datos (+27,3% en el conjunto del año; +27,4% en el trimestre) que ya suponen el 39% de los ingresos de servicio móvil en el año (+4 p.p. interanual).

Negocio Fijo

Telefónica en Argentina gestiona 6,3 millones de **accesos fijos** al cierre del año 2011, con un crecimiento del 2% respecto a 2010.

En el negocio de **banda ancha**, Telefónica ha continuado reforzando su posición en el mercado gracias a los altos niveles de calidad y la excelencia de su servicio. Así, a finales de 2011 la Compañía gestiona 1,6 millones de accesos, con un sólido crecimiento interanual del 11%, tras registrar una ganancia neta de 155 mil accesos en el año (27 mil accesos en el trimestre). Estos resultados reflejan el foco comercial de la Compañía en las ofertas de Speedy y en los nuevos servicios digitales y de entretenimiento.

Los accesos de **telefonía tradicional** se sitúan en 4,6 millones, manteniéndose estables interanualmente. La continua apuesta por la paquetización de servicios se ve reflejada en que ya el 74% de los accesos cuenta con alguna modalidad de paquete de servicios (+2 p.p. interanual).

Los **ingresos** ascienden a 1.237 millones de euros en 2011, acelerando su crecimiento interanual en el trimestre (+16,4%; +15,6% en el año). Cabe destacar el fuerte incremento de los ingresos de Internet y contenidos (+29,5% interanual en 2011) y de los ingresos de datos, TI y alquiler de capacidad (+18,1% interanual), que continúan siendo la palanca fundamental del crecimiento de los ingresos y representan ya conjuntamente el 44% de los ingresos del negocio fijo (+3 p.p. interanual).

CHILE (variaciones interanuales en moneda local)

Telefónica ha mantenido en 2011 su posición de liderazgo en Chile, consolidando sus ventajas competitivas gracias a una oferta integrada única en un entorno de fuerte competencia.

Telefónica gestiona en Chile 12,7 millones de **accesos** al cierre del año 2011, con un crecimiento interanual del 6%, destacando la positiva evolución tanto de los accesos de banda ancha fija y TV de pago como de los accesos móviles.

Los **ingresos** en el año 2011 se sitúan en 2.310 millones de euros, con un incremento del 4,8% interanual (+1,5% en el trimestre), impulsado por el crecimiento de dos dígitos en el negocio móvil y la estabilidad de los ingresos del negocio fijo.

Los **gastos por operaciones** muestran un incremento interanual del 8,6% (+9,7% en términos orgánicos), explicado fundamentalmente por el aumento de los gastos por aprovisionamientos (+24,2% interanual) consecuencia de la mayor actividad comercial en el negocio móvil, mayores gastos de contenidos y crecimiento del tráfico de interconexión. En el trimestre, la comparativa interanual reportada se encuentra afectada por el registro en el 2010 de gastos de carácter no recurrente de reestructuración por planes de adecuación de plantilla (12 millones de euros).

El **OIBDA** de 2011 asciende a 1.035 millones de euros (-5,5% interanual; -6,6% interanual en términos orgánicos), situándose el margen OIBDA en el 44,8%. La evolución en términos orgánicos está fuertemente condicionada por la contabilización en 2010 de las compensaciones recibidas de los seguros de cobertura por los daños del terremoto de febrero 2010, así como por la venta de torres no estratégicas (50 millones de euros en 2011; 15 millones

de euros en 2010). Excluyendo estos efectos, el crecimiento del OIBDA sería positivo.

El **flujo de caja operativo** alcanza 507 millones de euros en el año (-12,3% interanual; -14,2% en términos orgánicos), tras registrarse un incremento del CapEx del 2,1% interanual, hasta 529 millones de euros en 2011, principalmente asociado al esfuerzo inversor en mejora de calidad de la banda ancha fija, y a la ampliación en la cobertura de red 3G en el negocio móvil.

Actividad comercial y evolución de los ingresos por negocio

Negocio Móvil

A cierre de 2011 la penetración estimada en el mercado de telefonía móvil en Chile es del 141% (+15 p.p. interanual).

Telefónica en Chile gestiona 9,5 millones de **accesos móviles** a diciembre de 2011, con un crecimiento del 9% interanual, tras registrar una ganancia neta de 423 mil accesos en el trimestre y de 1,1 millones de accesos en el conjunto del año (excluyendo la desconexión de 360 mil accesos inactivos de prepago en el tercer trimestre). Debe señalarse que a lo largo del cuarto trimestre se han realizado campañas previas al lanzamiento de la portabilidad numérica para resaltar los beneficios asociados a la comunidad Movistar.

El **churn** se sitúa en el 2,0% en el conjunto del año (+0,7 p.p. interanual), impactado por las desconexiones mencionadas, si bien muestra una mejor evolución en el trimestre (1,9%).

El **tráfico** gestionado en 2011 aumenta un 3,6% interanual (+2,9% en el trimestre).

El **ARPU** ralentiza su caída interanual en el cuarto trimestre (-1,6%; -4,1% en el año), debido a la positiva evolución de los ingresos de datos.

Los **ingresos** ascienden a 1.399 millones de euros en 2011, con un crecimiento interanual del 10,1% (+6,8% en el trimestre), impulsados por el incremento de los ingresos de servicio móvil (+8,9% interanual; +4,7% en el trimestre) y de los mayores ingresos por venta de terminales. Destaca especialmente el fuerte dinamismo de los ingresos de datos (+33,8% interanual; +18,0% en el trimestre), que suponen ya el 19% de los ingresos de servicio móvil (+4 p.p. interanual). Los ingresos no-SMS representan el 73% de los ingresos de datos (+6 p.p. interanual), reflejando el foco comercial en incentivar la venta de "smartphones".

Negocio Fijo

Telefónica gestiona 3,1 millones de **accesos** al cierre de 2011 en el negocio fijo, manteniéndose estable frente a diciembre 2010. El foco estratégico de la Compañía se basa en la mejora del valor unitario del cliente y se traduce en que casi la totalidad de los accesos tienen asociado alguna oferta paquetizada.

Los accesos de **banda ancha** alcanzan 878 mil y aceleran su crecimiento interanual hasta el 7% al cierre del año, tras registrar una ganancia neta en 2011 de 57 mil accesos (13 mil en el trimestre), muy superior a la del año 2010 (+48% interanual).

En el negocio de la TV de pago, Telefónica ha desarrollado durante el año 2011 un servicio de TV enfocado a perfiles diferenciados de clientes, reforzando su oferta con el lanzamiento de canales en alta definición y del servicio de TV prepago. Así, los accesos de **TV de pago** se incrementan un 15%, situándose en 391 mil accesos al cierre de 2011, con una ganancia neta en el año de 50 mil accesos (10 mil accesos en el trimestre).

Los accesos del **negocio tradicional** se sitúan en 1,8 millones en 2011 (-5% interanual).

Los **ingresos** en 2011 ascienden a 1.037 millones de euros, prácticamente estables respecto a 2010 (-0,4% interanual), gracias al aumento de los ingresos de Internet, TV y contenidos (+12,3% interanual), y de los ingresos de datos, TI y alquiler de capacidad (+12,3% interanual), que en conjunto ya suponen el 48% de los ingresos del negocio fijo (+5 p.p. vs. 2010) y compensan prácticamente en su totalidad los menores ingresos del negocio tradicional (-7,9% interanual).

En el cuarto trimestre los ingresos decrecen un 3,7% interanual por la peor evolución del negocio tradicional, que no compensa la aceleración en el crecimiento de los ingresos de Internet, TV y contenidos (+15,5% en el trimestre), y de los ingresos de datos, TI y alquiler de capacidad (+16,0% en el trimestre).

PERÚ (variaciones interanuales en moneda local)

En el año 2011 Telefónica ha consolidado su liderazgo en el mercado peruano, aumentando el número de accesos que gestiona en el país un 11% interanual, hasta alcanzar un total de 18,8 millones de **accesos**, gracias al importante crecimiento en el negocio móvil, de TV de pago y de banda ancha.

Los **ingresos** en 2011 se sitúan en 2.030 millones de euros, con un crecimiento interanual del 6,1%, que se acelera hasta el 7,0% en el trimestre, pese a la reducción en octubre del cargo de interconexión en la red móvil, lo que refleja la buena evolución de los ingresos de servicio móvil y el proceso de transformación del negocio fijo.

Los **gastos por operaciones** aumentan un 8,2% interanual en términos reportados, reflejando los impactos no recurrentes contabilizados en 2010 asociados a planes de adecuación de plantilla (23 millones de euros). En términos orgánicos, los gastos se incrementarían un 10,3% por el aumento de los gastos por aprovisionamientos y de los gastos por servicios exteriores, fruto de la aceleración en el despliegue de red y la mayor actividad comercial. Este comportamiento está en parte compensado por los menores gastos de personal y de provisiones de tráfico.

El **OIBDA** se sitúa en 751 millones de euros en el año 2011 (-5,3% interanual; -13,9% en el trimestre), con un margen OIBDA del 37,0% (-4,5 p.p. interanual) y del 35,0% en el trimestre. La comparativa interanual se encuentra impactada por la venta de torres no estratégicas (2 millones de euros en 2011; 39 millones de euros en 2010) y los gastos no recurrentes ya mencionados.

En términos orgánicos, el OIBDA disminuye un 8,0% en 2011. Asimismo, excluyendo los impactos regulatorios que han tenido lugar a lo largo de 2011, el OIBDA descendería un 4,3% interanualmente.

El **CapEx** en 2011 asciende a 302 millones de euros, con un crecimiento interanual del 4,8%, destinado fundamentalmente al despliegue de la red de banda ancha fija y la expansión de la TV de pago y al despliegue de red 2G y 3G. Así, el **flujo de caja operativo** totaliza 449 millones de euros (-11,1% interanual).

Actividad comercial y evolución de los ingresos por negocio

Negocio Móvil

El mercado de la telefonía móvil en Perú alcanza en 2011 una penetración estimada del 76% (+10 p.p. interanual).

Telefónica en Perú gestiona 14,0 millones de **accesos** móviles a finales de 2011 (+12% interanual), acelerando su crecimiento progresivamente a lo largo del año gracias al sólido comportamiento del segmento contrato, que se incrementa un 21% interanual hasta suponer el 21% del total (+2 p.p. interanual). La ganancia neta aumenta significativamente respecto a 2010 (+42%) y alcanza 1,5 millones de accesos en el conjunto del año y 491 mil accesos en el cuarto trimestre (+35% interanual).

El **churn** se sitúa en el 3,3% en el año (+0,3 p.p. interanual) y en el trimestre alcanza el 3,4% (+0,5 p.p. interanual) asociado a las bajas de clientes de prepago de bajo valor.

El **tráfico** gestionado aumenta un 25% en el conjunto del año (+23% en el trimestre) apoyado en la positiva evolución del tráfico de salida.

El **ARPU** aumenta ligeramente en 2011 (+0,4% interanual), gracias al crecimiento del ARPU de salida (+2,8% interanual).

Los **ingresos** alcanzan en el año 1.088 millones de euros (+11,3% interanual; +8,3% en el trimestre), reflejando el buen comportamiento de los ingresos de servicio móvil (+10,6% interanual en 2011; +7,6% en el trimestre). Excluyendo el impacto de las menores tarifas de interconexión, los ingresos de servicio móvil aumentarían un 13,2% interanual en el conjunto del año y un 10,0% en el trimestre.

Destaca la positiva evolución de los ingresos de datos, que aumentan un 32,2% interanualmente (+15,6% en el trimestre),

apoyados en el incremento del 46,6% en los ingresos de datos no-SMS (+22,7% en el trimestre), que suponen el 64% de los ingresos de datos (+6 p.p. interanual).

Negocio Fijo²

Telefónica en Perú gestiona a finales de 2011 un total de 4,8 millones de accesos fijos, con un sólido crecimiento interanual del 7%.

Los **accesos de telefonía fija tradicional** alcanzan 2,8 millones, manteniéndose prácticamente en línea con el cierre de 2010 (-1% interanual), ralentizando la pérdida de líneas con respecto al año anterior (-23 mil líneas en 2011 frente a -100 mil líneas en 2010).

Los **accesos de banda ancha** se sitúan en 1,1 millones, acelerándose su crecimiento por sexto trimestre consecutivo (+28% interanual) y se consolidan como la principal palanca de crecimiento del negocio fijo. La ganancia neta en el conjunto del año ha alcanzado un nivel histórico (240 mil accesos; 50 mil en el trimestre), multiplicando casi por 3 la obtenida en 2010, reflejando la efectividad de la oferta comercial y el éxito en el control del churn.

Los **accesos de TV de pago** presentan una positiva evolución en el trimestre, acelerando su crecimiento interanual, con una ganancia neta de 26 mil accesos en el trimestre y un total de 108 mil en el conjunto del año (+4 mil accesos en 2010), hasta situarse en 799 mil accesos (+16% interanual).

Al cierre de 2011, el 63% de los accesos de telefonía tradicional se encuentran paquetizados (+9 p.p. interanual) y el 79% de los accesos de banda ancha fija disponen de un paquete Dúo o Trío (+7 p.p. interanual), consolidándose la paquetización de servicios como una de las claves de la positiva evolución de la Compañía.

Los **ingresos** alcanzan 1.069 millones de euros en 2011 y se mantienen en línea respecto a 2010 (-0,2% interanual), gracias al aumento del 2,5% registrado en el cuarto trimestre por la aceleración en el crecimiento de los ingresos de Internet y TV, apalancado en el buen comportamiento de la actividad comercial a lo largo del año. Los menores ingresos de telefonía tradicional son prácticamente compensados por el crecimiento de los ingresos de Internet, TV y contenidos (+10,4% interanual) y de los ingresos de datos, TI y alquiler de capacidad (+8,1% interanual). Los ingresos de Internet, TV, datos y TI suponen ya el 55% de los ingresos totales de la operadora (+5 p.p. interanual).

Excluyendo medidas regulatorias, los ingresos crecerían un 1,0% interanual en el conjunto del año y un 3,9% en el trimestre.

2. 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.

Continúa incrementándose el peso de los servicios con mayor potencial de crecimiento como la banda ancha y móvil hasta superar el 26% de los ingresos consolidados de Telefónica

COLOMBIA (variaciones interanuales en moneda local)

En un entorno fuertemente competitivo, Telefónica ha registrado una alta actividad comercial en el año 2011 que le ha permitido incrementar su base de clientes, hasta un total de 13,8 millones de accesos (+11% interanual), principalmente por el buen comportamiento de los accesos móviles y el incremento de los **accesos** de banda ancha fija y de TV de pago.

Los **ingresos** en 2011 alcanzan 1.561 millones de euros, con un crecimiento interanual del 4,5% (+3,4% en el trimestre), gracias a la positiva evolución de los ingresos del negocio móvil y la estabilidad del negocio fijo.

Los **gastos por operaciones** disminuyen un 4,1% interanual en términos reportados, reflejando los impactos no recurrentes contabilizados en 2010 asociados a planes de adecuación de plantilla, insolvencias y reclamaciones de terceros (85 millones de euros). En términos orgánicos los gastos aumentan un 3,4% interanual, fundamentalmente por los mayores aprovisionamientos principalmente asociados al propio dinamismo de los servicios de banda ancha fija y móvil, que están parcialmente compensados por las menores provisiones de tráfico y los menores gastos por servicios exteriores, reflejo de los esfuerzos de la Compañía por maximizar la eficiencia.

Así, el **OIBDA** asciende a 540 millones de euros en 2011 (+14,2% interanual; +79,8% en el trimestre). Debe señalarse que en el año 2011 se han contabilizado 25 millones de euros por la venta de torres no estratégicas (9 millones de euros en el trimestre), un importe significativamente inferior al de 2010 (71 millones de euros; 40 millones de euros en el trimestre). El margen OIBDA en el conjunto del año se sitúa en el 34,6% (+2,9 p.p. interanual) y en el 38,6% en el trimestre.

En términos orgánicos, excluyendo los impactos no recurrentes del año 2010, el OIBDA disminuiría un 2,9% en el conjunto del año 2011.

El **CapEx** asciende en 2011 a 405 millones de euros (+24,1% interanual; +12,7% en términos orgánicos), reflejando el esfuerzo en el despliegue de la red 2G y 3G, plataformas de servicio y de mejora de calidad en la red de banda ancha fija. En el trimestre se ha registrado la adquisición de espectro (37 millones de euros). En consecuencia, el flujo de caja operativo se sitúa en 135 millones de euros (-7,8% interanual).

Actividad comercial y evolución de los ingresos por negocio

Negocio Móvil

En 2011, la penetración de la telefonía móvil estimada en Colombia alcanza el 110%, con un incremento de 11 p.p. respecto a 2010.

Telefónica en Colombia al cierre de 2011 gestiona 11,4 millones de **accesos** móviles, con un importante crecimiento interanual del 14%, impulsado por la expansión del segmento contrato (+19% interanual). Al igual que en el trimestre anterior, destaca la importante ganancia neta (691 mil accesos; 2,4 veces superior a la del mismo período de 2010), que en el conjunto del año se sitúa en 1,4 millones de accesos (+33% interanual). En 2011 la propuesta comercial ha estado enfocada en planes integrados de voz y datos, el impulso de Internet móvil y ofertas de voz con planes a todo destino.

El **churn** se reduce 0,4 p.p. interanualmente respecto a 2010, situándose en el 2,8%, con un mejor comportamiento en el cuarto trimestre (2,1%; -0,7 p.p. interanual).

El **tráfico** aumenta un 10% en el año, impulsado por el tráfico de salida.

El **ARPU** en el año desciende ligeramente (-1,0% interanual), si bien hay que señalar crecimiento del ARPU de salida (+2,2% interanual).

Los **ingresos** en 2011 ascienden a 916 millones de euros, con un destacado aumento interanual del 7,5% (+4,2% en el trimestre), reflejo del buen comportamiento de los ingresos de servicio móvil (+6,9% interanual; +3,9% en el trimestre) y de los ingresos por venta de terminales (+15,2% interanual; +7,9% en el trimestre).

Excluyendo el impacto de las menores tarifas de interconexión, los ingresos de servicio móvil aumentarían un 7,9% interanual en 2011 (+5,1% en el trimestre).

Destaca la evolución de los ingresos de datos, con un fuerte incremento interanual del 51,1% (+37,2% en el trimestre), hasta representar el 23% de los ingresos de servicio móvil (+7 p.p. interanual), gracias a la fuerte expansión de los ingresos de datos no-SMS (+62,5% interanual; +43,6% en el trimestre) y que suponen el 87% de los ingresos de datos (+6 p.p. interanual).

Negocio Fijo

Telefónica gestiona 2,4 millones de accesos fijos en Colombia al cierre de 2011, cifra que se mantiene prácticamente estable interanualmente.

En un entorno caracterizado por la fuerte presión competitiva, los **accesos de banda ancha** se sitúan en 612 mil en 2011, mostrando un crecimiento interanual del 12%, tras registrar una ganancia neta de 64 mil accesos en el año (6 mil en el trimestre).

Los **accesos de TV de pago** aumentan interanualmente un 24% y se sitúan en 255 mil al cierre de año, con una ganancia neta de 50 mil accesos en 2011 (9 mil en el trimestre).

Los **accesos de telefonía tradicional** se sitúan en 1,5 millones en diciembre de 2011 (-7% interanual).

A lo largo de 2011 la Compañía ha apostado por la paquetización de servicios, permitiendo que el 87% de los accesos de telefonía fija se encuentren paquetizados (+8 p.p. interanual). La totalidad de los accesos de banda ancha se comercializan bajo alguna modalidad de Dúo o Trío.

Los **ingresos** ascienden a 682 millones de euros en 2011, manteniéndose prácticamente estables frente a 2010 (-0,4% interanual, -0,5% en el trimestre). Los ingresos de Internet, TV y contenidos aumentan un 15,6% interanual y suponen ya el 27% de los ingresos totales del negocio fijo (+4 p.p. interanual). En paralelo, los ingresos de datos, TI y alquiler de capacidad aceleran su crecimiento hasta el 5,3% interanual (+12,1% en el trimestre), lo que en conjunto permite prácticamente compensar los menores ingresos tradicionales (-9,8% interanual en el año).

MÉXICO (variaciones interanuales en moneda local)

Al cierre de 2011 la penetración estimada en el mercado móvil de México alcanza el 83%, con un incremento interanual de 1 p.p.

La evolución de Telefónica México en 2011 viene determinada por la drástica reducción de las tarifas de interconexión por parte del regulador en el segundo trimestre del año (-124 millones de euros en ingresos y -52 millones en OIBDA en el conjunto del año) y el reposicionamiento comercial desarrollado por la Compañía para adaptar sus planes tarifarios al nuevo marco regulatorio.

En este entorno, se han reforzado los planes de tarifas todo destino con el objetivo de aprovechar las ventajas de las menores tarifas de interconexión, tanto para afianzarse en un mercado móvil más competitivo, como para acelerar la captura de valor del negocio fijo.

Adicionalmente, y de acuerdo con una estrategia enfocada en maximizar el valor del cliente, la Compañía empezó a aplicar criterios más restrictivos, tanto para las altas como para las desconexiones de clientes, a partir del tercer trimestre de 2011, que se reflejan en la evolución de los accesos en el año. Así, a finales de 2011 Telefónica Móviles México gestiona 20,5 millones de accesos (+1% interanual). Los accesos móviles alcanzan 19,7 millones y se mantienen prácticamente estables en el conjunto del año (ganancia neta de 81 mil accesos en 2011), tras registrar una pérdida neta en el trimestre de 773 mil accesos.

El **churn móvil** en 2011 se sitúa en el 2,9% (+0,8 p.p. interanual), reflejando las mayores bajas en el segmento prepago, si bien el churn de contrato continúa presentando niveles significativamente inferiores (1,1% en el conjunto del año; 1,3% en el trimestre).

La apuesta por el rápido despliegue de la red 3G se refleja en la positiva evolución de los accesos de banda ancha móvil, que continúan acelerando su crecimiento y superan en 3 veces los accesos de 2010.

El **tráfico** gestionado aumenta un 1% en el conjunto del año, gracias al comportamiento del tráfico de salida que crece un 7% en 2011.

El **ARPU** refleja el negativo impacto de la reducción de las tarifas de interconexión y muestra una disminución interanual del 20,5% en el año 2011, si bien la tendencia mejora en el trimestre (-15,0%), apoyada en la mejor evolución del ARPU de salida que, después de varios trimestres con descensos, vuelve a mostrar crecimiento (+0,3% en el trimestre; -10,7% en el conjunto del año).

Los **ingresos** en el año 2011 ascienden a 1.557 millones de euros, observándose desde el tercer trimestre del año una mejora progresiva en el ritmo de descenso interanual (-11,3% interanual en el trimestre; -12,3% en el conjunto del año).

Los ingresos de servicio móvil descienden interanualmente un 13,3% en el año (-14,3% en el trimestre) si bien, excluyendo el efecto de la reducción en las tarifas de interconexión, los ingresos descenderían interanualmente un 5,5% en el año y un 1,7% en el trimestre. Cabe destacar la evolución de los ingresos de salida, que continúan acelerando su crecimiento con un incremento interanual

en el trimestre del 4,7% (-1,6% en el conjunto del año), apoyados en el buen comportamiento de los ingresos de contrato y en la ralentización del ritmo de descenso de los ingresos de prepago, con una progresiva mejora en los niveles de recarga. Asimismo, los ingresos de datos aumentan significativamente (+26,3% interanual en el trimestre; +14,0% en 2011), y ya suponen el 29% de los ingresos de servicio móvil (+7 p.p. vs. 2010). Los ingresos no-SMS son la principal palanca de esta positiva evolución, siendo 2,3 veces superiores a los del año 2010.

El **OIBDA** en 2011 se sitúa en 572 millones de euros (-5,2% interanual). La comparativa interanual se encuentra afectada por los mayores gastos asociados al esfuerzo comercial y al despliegue de la red 3G, el impacto negativo de la reducción de las tarifas de interconexión (-19 millones de euros en el trimestre y -52 millones de euros en el año), la venta de torres no estratégicas (217 millones de euros en el trimestre; 240 millones en el año) y gastos de carácter no recurrente por insolvencias en el cuarto trimestre del 2011 (-23 millones de euros). El margen OIBDA se sitúa en el 36,7% en 2011.

El CapEx alcanza 471 millones de euros en 2011 (-69,2% interanual y +40,0% en términos orgánicos excluyendo la inversión en espectro realizada en 2010), principalmente asociado al importante esfuerzo realizado a lo largo del año para el despliegue de la red 3G. Así, el flujo de caja operativo asciende a 101 millones de euros.

VENEZUELA (variaciones interanuales en términos orgánicos)

La penetración estimada al cierre del año 2011 en el mercado móvil de Venezuela alcanza el 98% (-3 p.p. interanual)

Durante 2011 Telefónica ha mantenido una oferta de servicios referencia en el mercado, potenciando su liderazgo a través de una estrategia enfocada en la maximización del valor del cliente y en la innovación, observándose una mejor evolución operativa en el cuarto trimestre del año. Así, entre los servicios lanzados durante este último trimestre del año destacan nuevos servicios como Movitalk (push to talk) y la TV de Pago con tecnología de alta definición. Asimismo, en un país en el que destaca la alta penetración de "smartphones" se han seguido incentivando las campañas comerciales para el impulso de la banda ancha móvil.

Telefónica gestiona 10,4 millones de **accesos** en Venezuela al cierre del año 2011 (-1% interanual). Los accesos móviles ascienden a 9,4 millones y permanecen prácticamente estables en términos interanuales (-1%), tras mostrar una mejor evolución en el cuarto trimestre (-6% interanual a septiembre) gracias a la ganancia neta del trimestre (192 mil accesos).

El **churn** móvil se sitúa en el 2,6% en el trimestre (-0,4 p.p. interanual), inferior al del conjunto del año (2,8%; +0,1 p.p. interanual), con un churn de contrato del 0,8% que es referencia en el mercado.

El **tráfico** consolida su progresiva aceleración y en el trimestre aumenta un 6,2% interanual (+2,4% en el año).

La estrategia de maximización del valor del cliente se refleja en la evolución del **ARPU**, que aumenta interanualmente un 24,8% en el conjunto del año (+22,8% en el trimestre), con la positiva evolución del ARPU de datos como principal palanca de crecimiento.

Los **ingresos** en 2011 se sitúan en 2.688 millones de euros, con un incremento interanual del 11,2%, observándose una aceleración en el ritmo de crecimiento (+12,3% en el cuarto trimestre). Esta positiva evolución refleja el sólido comportamiento de los ingresos de servicio móvil, que crecen un 16,2% interanual en el trimestre (+12,8% interanual en el año), a pesar de la reducción de las tarifas de interconexión (impacto de -22 millones de euros en el año).

Destaca la evolución de los ingresos de datos, que en el año aumentan interanualmente un 23,7% (+26,0% interanual en el trimestre) y representan ya el 36% de los ingresos de servicio móvil (+3 p.p. interanual).

El **OIBDA** se sitúa en 1.177 millones de euros en 2011, con un crecimiento interanual del 3,4% (+2,7% interanual en el trimestre). Así, la Compañía alcanza un margen OIBDA del 43,8% (-3,1 p.p. interanual), tras registrar un margen del 43,0% en el trimestre, manteniendo altos niveles de eficiencia en un entorno marcado por el aumento generalizado de los precios, que se traslada a mayores gastos de personal y a mayores gastos por servicios contratados a terceros.

El **CapEx** en el conjunto del año alcanza 372 millones de euros (+14,7% interanual), estando principalmente destinado a proyectos de mejora en la capacidad y calidad de la red 2G, así como a un importante despliegue de cobertura de la red 3G. El flujo de caja operativo asciende a 805 millones de euros (-0,7% interanual).

CENTROAMÉRICA (variaciones interanuales en términos orgánicos)³

La penetración móvil estimada en los mercados donde opera Telefónica en Centroamérica alcanza el 103% en diciembre de 2011 (+10 p.p. interanual).

A cierre del año 2011, Telefónica gestiona en Centroamérica 8,1 millones de **accesos**, presentando un crecimiento interanual del 17%. Los accesos móviles totalizan 7,6 millones (+16% interanual) y consolidan la aceleración del crecimiento observada a lo largo de 2011, gracias al aumento de las altas y a la contención del churn.

La ganancia neta móvil en el trimestre alcanza 544 mil accesos (1,2 millones en 2011), el nivel más alto de los últimos años, consecuencia del fortalecimiento del canal de distribución, del lanzamiento de nuevas promociones de planes de voz y datos y de la mayor agresividad en las campañas del segmento prepago, que tiene su reflejo en un nivel histórico de altas.

3 Variaciones interanuales en términos orgánicos: en términos financieros, se asumen variaciones interanuales en euros constantes, excluyéndose los resultados de la operación de Costa Rica del cálculo del crecimiento orgánico.

El 8 de noviembre de 2011 se llevó a cabo el lanzamiento comercial de Telefónica Costa Rica, habiéndose captado 116 mil accesos en los primeros dos meses de operaciones.

El **churn** se sitúa en 2,6% en 2011, manteniéndose estable tanto en el conjunto del año (-0,1 p.p. interanual) como en el trimestre.

Los **ingresos** ascienden a 543 millones de euros en 2011, con un incremento del 1,3% interanual (+2,6% en el trimestre) y consolidando la aceleración del crecimiento ya observada en el pasado trimestre. La evolución viene explicada por un crecimiento de los ingresos de servicio en el trimestre en países como Nicaragua y El Salvador, que compensan los menores ingresos en Guatemala.

Hay que señalar la positiva evolución de los ingresos de datos, que registran un incremento interanual del 31,5% en el año (+37,4% en el trimestre) y suponen ya el 19% de los ingresos de servicio móvil (+4 p.p. interanual) gracias al crecimiento de los ingresos de datos no-SMS (+37,8% interanual; +44,2% en el trimestre), que representan ya el 52% de los ingresos de datos (+2 p.p. interanual).

El **OIBDA** asciende a 165 millones de euros en 2011 (+3,8% interanual; +42,3% en el trimestre), y recoge el impacto de la venta de torres no estratégicas (37 millones de euros en 2011). El margen OIBDA se sitúa en el 30,5% en 2011 (+0,8 p.p. interanual).

El **flujo de caja operativo** se sitúa en -10 millones de euros en 2011, tras registrar un **CapEx** de 176 millones de euros en el año (incluyendo el coste del espectro adquirido para la puesta en marcha de la operación en Costa Rica por importe de 68 millones de euros), dedicado principalmente al despliegue de infraestructuras de redes 2G/3G e implementación de las plataformas y sistemas de soporte. En términos interanuales orgánicos el CapEx disminuye un 39,0%.

ECUADOR (variaciones interanuales en moneda local)

La penetración estimada en el mercado móvil ecuatoriano alcanza el 108% en 2011, con un crecimiento interanual de 3 p.p.

A finales de 2011 Telefónica en Ecuador gestiona 4,5 millones de **accesos** (+5% interanual). Los accesos móviles alcanzan un total de 4,5 millones, lo que supone un incremento del 6% frente a diciembre de 2010, en el que destaca la buena evolución del segmento contrato (+10% interanual). La ganancia neta móvil alcanza 258 mil accesos en el conjunto del año (18 mil en el trimestre).

El **churn** móvil se sitúa en 2011 en el 2,8% (+0,2 p.p. interanual), con un repunte en el trimestre por la desconexión de accesos inactivos de prepago en la red CDMA, tras haberse efectuado el apagado de la misma. El churn de contrato continúa con un buen comportamiento y se sitúa a final del año en el 1,1% (-0,7 p.p. interanual).

El **tráfico** gestionado en el año registra un crecimiento interanual del 11%, tanto en el trimestre como en el conjunto del año.

El **ARPU** continúa acelerando su crecimiento (+8,5% interanual en el cuarto trimestre; +3,4% en el conjunto del año), apoyado

fundamentalmente en la positiva evolución del ARPU del segmento contrato y en la estabilidad del ARPU del segmento prepago.

En 2011 los **ingresos** alcanzan 408 millones de euros, consolidando la progresiva tendencia de aceleración a lo largo del año (+12,8% interanual en el cuarto trimestre; +8,4% en el conjunto del año), reflejando el buen comportamiento de los ingresos de servicio móvil (+14,9% interanual en el trimestre; +11,0% en 2011).

Los ingresos de datos continúan presentando un fuerte crecimiento (+20,7% interanual), representando ya el 27% de los ingresos de servicio móvil (+2 p.p. interanual en el conjunto del año). Cabe destacar la positiva evolución de los ingresos de datos no-SMS, que aumentan un 43,0% interanual en 2011 (+41,6% interanual en el trimestre) y representan el 63% del total de los ingresos de datos (+10 p.p. interanual).

El **OIBDA** totaliza 137 millones de euros en 2011, con un crecimiento interanual del 18,7% (+19,2% interanual en el cuarto trimestre). Así, el margen OIBDA se sitúa en el 33,6% (34,5% en el trimestre) con una expansión de 2,9 p.p. interanual en el conjunto del año.

El **flujo de caja operativo** asciende a 79 millones de euros en el año, con un crecimiento interanual de 35,1%, tras registrar un **CapEx** de 58 millones de euros (+2,0% interanual en el conjunto del año) destinado a la mejora en la calidad y capacidad de la red 3G.

Telefónica.

Resultados por unidades de negocio

Telefónica Latinoamérica. Accesos

Datos no auditados (Miles)	2010	2011				% Var
	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
Accesos Clientes Finales	183.686,9	185.984,0	190.832,9	194.832,9	201.402,2	9,6
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	24.403,6	24.196,2	24.173,4	24.126,6	23.960,7	(1,8)
Accesos de datos e internet	8.235,1	8.327,9	8.513,5	8.720,2	8.885,9	7,9
Banda estrecha ⁽²⁾	674,8	586,7	539,5	476,6	389,4	(42,3)
Banda ancha ^{(3) (4)}	7.442,3	7.629,0	7.861,5	8.134,4	8.385,9	12,7
Otros ⁽⁵⁾	118,0	112,3	112,5	109,2	110,6	(6,3)
Accesos móviles	149.255,4	151.589,0	155.523,1	159.795,4	166.297,9	11,4
Prepago ⁽⁶⁾	119.359,1	120.676,5	123.108,6	125.569,4	131.087,2	9,8
Contrato	29.896,3	30.912,5	32.414,4	34.226,0	35.210,7	17,8
TV de pago ⁽⁷⁾	1.792,7	1.870,9	2.108,0	2.190,6	2.257,7	25,9
Accesos Mayoristas	55,9	54,5	54,4	53,8	50,9	(9,0)
Total Accesos	183.742,8	186.038,6	190.372,4	194.886,7	201.453,0	9,6

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.

6 En el tercer trimestre de 2011 se han dado de baja en Chile 360 mil accesos inactivos y 1,0 millones de accesos inactivos en Brasil en el cuarto trimestre de 2011.

7 Incluye 153 mil clientes de TVA a partir de junio de 2011.

Telefónica. Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		% Var
	2011	2010	
Importe neto de la cifra de negocios	29.237	25.756	13,5
Trabajos para inmovilizado	157	147	6,7
Gastos por operaciones	(19.311)	(16.749)	15,3
Aprovisionamientos	(7.519)	(6.718)	11,9
Gastos de personal	(2.644)	(2.344)	12,8
Servicios exteriores	(7.826)	(6.503)	20,3
Variación de provisiones de tráfico	(503)	(510)	(1,4)
Tributos	(819)	(673)	21,7
Otros ingresos (gastos) netos	253	474	(46,6)
Resultado de enajenación de activos	605	4.079	(85,2)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(1)	5	c.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	10.941	13.713	(20,2)
Margen OIBDA	37,4%	53,2%	(15,8 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(4.783)	(3.953)	21,0
Resultado operativo (OI)	6.157	9.759	(36,9)

Notas:

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

• Los resultados consolidados de 2010 y 2011 están impactados por los ajustes por hiperinflación en Venezuela.

• A partir del 1 de enero de 2011 el perímetro de consolidación de Telefónica Latinoamérica excluye Telefónica International Wholesale Services (TIWS) y Telefónica North America (TNA) (actualmente T. Europa). Para facilitar una comparación homogénea de la información, los resultados económico-financieros de T. Latinoamérica correspondientes al ejercicio 2010 se han reexpresado, reflejando este nuevo esquema organizativo con efecto desde el 1 de enero de 2010.

• Los resultados de T. Latinoamérica incluyen el 100% de Vivo desde octubre de 2010.

• Los resultados de 2011 de T. Latinoamérica incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007.

• El OIBDA, margen OIBDA y OI están impactados por la revalorización de la participación preexistente en Vivo a su valor razonable a la fecha de adquisición del 50% de Brasilcel que poseía Portugal Telecom (3.797 millones de euros en el tercer trimestre de 2010) y por unos gastos de carácter no recurrente de reestructuración fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla y compromisos en firme ligados a las actuaciones de carácter social de la Fundación Telefónica por importe de 410 millones de euros en el cuarto trimestre de 2010.

Telefónica Latinoamérica. Accesos por país (I)

Datos no auditados (Miles)

Datos no auditados (Miles)	2010	2011				% Var
	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
BRASIL						
Accesos Clientes Finales	75.919,6	77.592,3	79.767,2	82.750,8	87.172,1	14,8
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	11.292,6	11.172,6	11.126,6	11.086,6	10.977,4	(2,8)
Accesos de datos e internet	3.848,2	3.849,7	3.909,8	3.933,1	3.942,6	2,5
Banda estrecha	446,2	378,1	344,2	287,7	214,5	(51,9)
Banda ancha ⁽²⁾	3.319,2	3.393,6	3.486,9	3.567,5	3.648,0	9,9
Otros ⁽³⁾	82,8	78,0	78,8	77,9	80,0	(3,3)
Accesos móviles	60.292,5	62.061,3	64.049,1	67.038,4	71.553,6	18,7
Prepago ⁽⁴⁾	47.658,6	48.742,0	49.809,7	51.679,3	55.438,1	16,3
Contrato	12.633,9	13.319,2	14.239,4	15.359,1	16.115,5	27,6
TV de pago ⁽⁵⁾	486,3	508,7	681,7	692,7	698,6	43,7
Accesos Mayoristas	33,9	32,9	32,4	32,0	28,0	(17,3)
Total Accesos	75.953,5	77.625,2	79.799,6	82.782,8	87.200,1	14,8

ARGENTINA

Accesos Clientes Finales	22.275,8	22.142,2	22.537,3	22.630,4	23.008,4	3,3
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	4.621,5	4.614,6	4.621,3	4.617,1	4.611,0	(0,2)
Fixed wireless	35,5	36,8	40,2	38,2	38,2	7,7
Accesos de datos e internet	1.505,4	1.527,8	1.562,6	1.611,1	1.630,7	8,3
Banda estrecha	65,7	54,9	48,4	43,4	35,7	(45,7)
Banda ancha ⁽²⁾	1.439,7	1.472,9	1.514,1	1.567,7	1.595,1	10,8
Accesos móviles	16.148,9	15.999,8	16.353,5	16.402,2	16.766,7	3,8
Prepago	10.370,4	10.127,8	10.347,3	10.303,2	10.581,3	2,0
Contrato	5.778,5	5.871,9	6.006,2	6.099,0	6.185,4	7,0
Accesos Mayoristas	13,0	12,8	13,2	13,2	13,9	7,2
Total Accesos	22.288,8	22.155,0	22.550,5	22.643,6	23.022,3	3,3

CHILE

Accesos Clientes Finales	11.910,5	12.214,7	12.442,1	12.253,1	12.674,4	6,4
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	1.939,3	1.920,2	1.903,8	1.871,4	1.848,1	(4,7)
Accesos de datos e internet	836,0	834,9	857,1	875,1	887,4	6,1
Banda estrecha	6,6	6,3	6,0	6,0	5,8	(12,8)
Banda ancha ⁽²⁾	821,5	820,8	844,2	864,9	878,1	6,9
Otros ⁽³⁾	7,9	7,8	6,8	4,2	3,5	(55,9)
Accesos móviles	8.794,0	9.100,5	9.308,3	9.125,5	9.548,1	8,6
Prepago ⁽⁴⁾	6.179,3	6.448,1	6.586,0	6.326,0	6.732,7	9,0
Contrato	2.614,7	2.652,5	2.722,3	2.799,5	2.815,4	7,7
TV de pago	341,2	359,1	372,9	381,1	390,8	14,5
Accesos Mayoristas	5,3	5,1	5,1	4,9	5,2	(1,8)
Total Accesos	11.915,8	12.219,8	12.447,1	12.258,0	12.679,6	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.

4 En el tercer trimestre de 2011 se han dado de baja en Chile 360 mil accesos inactivos.

5 Incluye 153 mil clientes de TVA a partir de junio de 2011.

6 En el cuarto trimestre de 2011 se han dado de baja en Brasil 1,0 millones de accesos inactivos.

Telefónica Latinoamérica. Accesos por país (II)

Datos no auditados (Miles)

Datos no auditados (Miles)	2010	2011				
	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	% Var
PERÚ						
Accesos Clientes Finales	16.954,3	17.057,3	17.504,6	18.205,6	18.766,1	10,7
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	2.871,2	2.852,0	2.842,8	2.855,8	2.848,4	(0,8)
Fixed wireless	537,8	515,4	491,7	471,2	444,6	(17,3)
Accesos de datos e internet	885,4	934,3	1.005,3	1.070,3	1.120,4	26,5
Banda estrecha	15,4	11,0	10,5	9,8	9,4	(38,6)
Banda ancha ⁽²⁾	850,8	903,6	974,7	1.040,3	1.090,6	28,2
Otros ⁽³⁾	19,2	19,7	20,1	20,2	20,4	5,9
Accesos móviles	12.507,1	12.559,9	12.920,9	13.506,8	13.998,3	11,9
Prepago	10.104,4	10.100,5	10.300,8	10.707,6	11.079,6	9,7
Contrato	2.402,7	2.459,5	2.620,1	2.799,2	2.918,7	21,5
TV de pago	690,6	711,1	735,6	772,6	799,0	15,7
Accesos Mayoristas	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	(3,7)
Total Accesos	16.954,8	17.057,7	17.505,1	18.206,0	18.766,6	10,7
COLOMBIA						
Accesos Clientes Finales	12.350,3	12.338,5	12.312,8	13.081,0	13.746,9	11,3
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	1.586,9	1.569,2	1.540,4	1.521,0	1.480,6	(6,7)
Accesos de datos e internet	553,6	581,6	594,3	613,6	620,3	12,0
Banda estrecha	5,6	6,0	6,7	7,1	7,9	41,2
Banda ancha ⁽²⁾	548,0	575,6	587,6	606,5	612,3	11,7
Accesos móviles	10.004,5	9.970,6	9.949,4	10.700,0	11.391,1	13,9
Prepago	7.679,1	7.531,4	7.420,0	8.047,6	8.626,8	12,3
Contrato	2.325,5	2.439,2	2.529,4	2.652,4	2.764,2	18,9
TV de pago	205,3	217,1	228,7	246,4	255,0	24,2
Accesos Mayoristas	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	0,0
Total Accesos	12.353,6	12.341,8	12.316,1	13.084,3	13.750,2	11,3
MÉXICO						
Accesos móviles	19.661,6	20.057,0	20.566,7	20.515,7	19.742,4	0,4
Prepago	18.061,3	18.476,2	18.930,9	18.731,4	18.149,8	0,5
Contrato	1.600,2	1.580,8	1.635,9	1.784,3	1.592,6	(0,5)
Fixed Wireless	565,5	604,1	667,6	726,6	745,3	31,8
Total Accesos	20.227,1	20.661,1	21.234,3	21.242,2	20.487,7	1,3
VENEZUELA						
Accesos móviles	9.514,7	9.078,1	9.359,7	9.246,2	9.438,7	(0,8)
Prepago	8.740,3	8.272,2	8.515,7	8.391,7	8.570,9	(1,9)
Contrato	774,4	805,9	843,9	854,6	867,8	12,1
Fixed Wireless	966,2	916,3	920,0	893,7	883,4	(8,6)
TV de pago	69,3	74,9	89,0	97,8	114,3	64,9
Total Accesos	10.550,2	10.069,2	10.368,6	10.237,8	10.436,4	(1,1)

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.

Telefónica Latinoamérica. Accesos por país (III)

Datos no auditados (Miles)

	2010	2011				% Var
	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
CENTROAMÉRICA ⁽¹⁾						
Accesos de telefonía fija ⁽²⁾	465,7	470,6	491,2	512,3	530,1	13,8
Fixed Wireless	301,7	303,1	314,2	328,0	340,9	13,0
Accesos de datos e internet	3,0	2,7	2,9	2,9	3,0	1,2
Banda ancha ⁽³⁾	0,5	1,6	1,7	1,8	1,8	n.s.
Otros ⁽⁴⁾	2,4	1,1	1,1	1,2	1,2	(49,2)
Accesos móviles	6.403,7	6.626,3	6.805,8	7.018,2	7.562,5	18,1
Prepago	5.776,0	5.994,9	6.160,9	6.348,5	6.850,7	18,6
Contrato	627,7	631,4	644,9	669,7	711,8	13,4
Total Accesos	6.872,4	7.099,7	7.299,9	7.533,5	8.095,6	17,8
ECUADOR						
Accesos móviles	4.219,8	4.392,4	4.454,2	4.459,3	4.477,5	6,1
Prepago	3.561,6	3.723,3	3.775,6	3.758,8	3.756,5	5,5
Contrato	658,2	669,1	678,6	700,5	721,0	9,5
Fixed Wireless	94,8	76,5	59,8	42,1	36,4	(61,6)
Total Accesos	4.314,6	4.468,9	4.514,0	4.501,5	4.513,9	4,6
URUGUAY						
Accesos móviles	1.708,5	1.743,1	1.755,6	1.783,0	1.819,0	6,5
Prepago	1.228,1	1.260,0	1.261,7	1.275,4	1300,8	5,9
Contrato	480,4	483,1	493,9	507,6	518,2	7,9
Total Accesos	1.708,5	1.743,1	1.755,6	1.783,0	1.819,0	6,5

1 Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica desde el 4Q 11.

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.

Telefónica Latinoamérica. Datos operativos operadoras móviles por país

Datos no auditados (Miles)	2010	2011				% Var M Local
	4T	1T	2T	3T	4T	
BRASIL ⁽¹⁾						
Tráfico (millones de minutos)	20.283	20.589	22.152	24.395	24.944	n.c.
ARPU (EUR)	11,3	10,3	10,4	10,2	10,1	n.c.
ARGENTINA						
Tráfico (millones de minutos)	4.713	4.297	4.674	4.871	4.947	5,0
ARPU (EUR)	9,6	9,4	9,3	9,9	10,5	16,5
CHILE						
Tráfico (millones de minutos)	3.085	3.000	3.006	3.009	3.173	2,9
ARPU (EUR) ⁽²⁾	12,5	12,0	11,3	11,7	11,6	(1,6)
PERÚ						
Tráfico (millones de minutos)	3.881	3.868	3.956	4.551	4.771	22,9
ARPU (EUR)	6,3	6,1	5,7	6,0	6,3	(3,4)
COLOMBIA						
Tráfico (millones de minutos)	4.303	4.148	4.573	4.727	4.439	3,2
ARPU (EUR)	7,4	6,8	7,1	7,2	6,8	(6,3)
MÉXICO						
Tráfico (millones de minutos)	5.764	5.860	5.857	6.004	5.754	(0,2)
ARPU (EUR)	6,6	5,8	5,3	5,1	5,1	(15,0)
VENEZUELA						
Tráfico (millones de minutos)	3.593	3.464	3.534	3.714	3.816	6,2
ARPU (EUR) ⁽³⁾	15,5	15,7	15,7	16,5	19,0	22,8
CENTROAMÉRICA ⁽⁴⁾						
Tráfico (millones de minutos)	2.220	2.249	2.371	2.564	2.676	20,6
ARPU (EUR)	6,4	6,1	5,6	5,6	5,9	(9,5)
ECUADOR						
Tráfico (millones de minutos)	1.103	1.176	1.158	1.163	1.222	10,8
ARPU (EUR)	6,8	6,4	6,3	6,6	7,4	8,5
URUGUAY						
Tráfico (millones de minutos)	797	764	744	781	825	3,5
ARPU (EUR)	10,0	9,9	9,7	10,0	10,5	3,2

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.
- 1 Los datos de 2011 han sido reexpresados conforme al criterio proforma de la contabilización de la propiedad de las licencias y de las eliminaciones "inter-compañía". ARPU impactado por 1,0 millones de accesos inactivos dados de baja en Brasil en el cuarto trimestre de 2011.
- 2 Variación del ARPU impactada por 360 mil accesos inactivos dados de baja en Chile en el tercer trimestre de 2011.
- 3 A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2010, las variaciones en moneda local del ARPU de Venezuela, se reportan excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación.
- 4 Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

Telefónica Latinoamérica. Datos operativos acumulados de las operadoras móviles por país

Datos no auditados	2010	2011				% Var M Local
	Ene-Dic	Ene-Mar	Ene-Jun	Ene-Sept	Ene-Dic	
BRASIL ⁽¹⁾						
Tráfico (millones de minutos)	77.463	20.589	42.741	67.136	92.081	n.c.
ARPU (EUR)	11,0	10,3	10,3	10,3	10,2	n.c.
ARGENTINA						
Tráfico (millones de minutos)	17.550	4.297	8.970	13.842	18.788	7,1
ARPU (EUR)	9,2	9,4	9,2	9,5	9,7	17,3
CHILE						
Tráfico (millones de minutos)	11.791	3.000	6.006	9.045	12.218	3,6
ARPU (EUR) ⁽²⁾	12,1	12,0	11,6	11,7	11,6	(4,1)
PERÚ						
Tráfico (millones de minutos)	13.662	3.868	7.823	12.374	17.145	25,5
ARPU (EUR)	6,2	6,1	5,9	5,9	6,0	0,4
COLOMBIA						
Tráfico (millones de minutos)	16.226	4.148	8.721	13.448	17.887	10,2
ARPU (EUR)	7,2	6,8	6,9	7,0	6,9	(1,0)
MÉXICO						
Tráfico (millones de minutos)	23.232	5.860	11.717	17.721	23.474	1,0
ARPU (EUR)	6,9	5,8	5,5	5,4	5,3	(20,5)
VENEZUELA						
Tráfico (millones de minutos)	14.195	3.464	6.998	10.713	14.529	2,4
ARPU (EUR) ⁽³⁾	14,3	15,7	15,7	15,9	16,7	24,8
CENTROAMÉRICA ⁽⁴⁾						
Tráfico (millones de minutos)	8.035	2.249	4.620	7.184	9.860	22,7
ARPU (EUR)	6,7	6,1	5,9	5,8	5,8	(7,5)
ECUADOR						
Tráfico (millones de minutos)	4.268	1.176	2.334	3.497	4.720	10,6
ARPU (EUR)	6,8	6,4	6,4	6,5	6,7	3,4
URUGUAY						
Tráfico (millones de minutos)	2.936	764	1.508	2.290	3.114	6,1
ARPU (EUR)	10,1	9,9	9,8	9,9	10,0	1,0

1 Los datos de 2011 han sido reexpresados conforme al criterio proforma de la contabilización de la propiedad de las licencias y de las eliminaciones "inter-compañía". ARPU impactado por 1,0 millones de accesos inactivos dados de baja en Brasil en el cuarto trimestre de 2011.

2 Variación del ARPU impactada por 360 mil accesos inactivos dados de baja en Chile en el tercer trimestre de 2011.

3 A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2010, las variaciones en moneda local del ARPU de Venezuela, se reportan excluyendo el impacto del ajuste por hiperinflación.

4 Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual de cada periodo.

- 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 por país (I)

Datos no auditados (Miles de euros)

	Enero-Diciembre			
	2011	2010	% Var	% Var M Local
BRASIL ⁽¹⁾				
Importe neto de la cifra de negocios	14.326	11.119	28,8	28,7
Negocio Móvil ⁽²⁾	8.437	4.959	n.c.	n.c.
Ingresos de servicio ⁽²⁾	8.014	4.649	n.c.	n.c.
Negocio Fijo ⁽²⁾	5.890	6.843	n.c.	n.c.
OIBDA	5.302	4.074	30,2	30,0
Margen OIBDA	37,0%	36,6%	0,4 p.p.	
CapEx	2.468	1.797	37,4	37,2
OpCF (OIBDA-CapEx)	2.834	2.277	24,5	24,3
ARGENTINA				
Importe neto de la cifra de negocios	3.174	3.073	3,3	14,5
Negocio Móvil	2.039	1.979	3,0	14,2
Ingresos de servicio	1.880	1.845	1,9	12,9
Negocio Fijo	1.237	1.187	4,3	15,6
OIBDA	1.085	1.082	0,2	11,1
Margen OIBDA ⁽³⁾	33,4%	34,3%	(1,0 p.p.)	
CapEx	449	398	12,6	24,9
OpCF (OIBDA-CapEx)	636	684	(7,0)	3,1
CHILE				
Importe neto de la cifra de negocios	2.310	2.197	5,2	4,8
Negocio Móvil	1.399	1.266	10,5	10,1
Ingresos de servicio	1.283	1.175	9,2	8,9
Negocio Fijo	1.037	1.038	(0,1)	(0,4)
OIBDA	1.035	1.092	(5,2)	(5,5)
Margen OIBDA ⁽³⁾	44,8%	49,7%	(4,9 p.p.)	
CapEx	529	516	2,4	2,1
OpCF (OIBDA-CapEx)	507	576	(12,0)	(12,3)
PERÚ				
Importe neto de la cifra de negocios	2.030	1.960	3,6	6,1
Negocio Móvil	1.088	1.001	8,7	11,3
Ingresos de servicio	923	854	8,1	10,6
Negocio Fijo	1.069	1.097	(2,5)	(0,2)
OIBDA	751	812	(7,6)	(5,3)
Margen OIBDA ⁽³⁾	37,0%	41,4%	(4,5 p.p.)	
CapEx	302	295	2,3	4,8
OpCF (OIBDA-CapEx)	449	517	(13,2)	(11,1)
COLOMBIA ⁽⁴⁾				
Importe neto de la cifra de negocios	1.561	1.529	2,1	4,5
Negocio Móvil	916	872	5,0	7,5
Ingresos de servicio	851	814	4,5	6,9
Negocio Fijo	682	700	(2,7)	(0,4)
OIBDA	540	484	11,5	14,2
Margen OIBDA ⁽³⁾	34,6%	31,7%	2,9 p.p.	
CapEx	405	334	21,2	24,1
OpCF (OIBDA-CapEx)	135	150	(9,9)	(7,8)

Nota:

OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

1 Incluye el 100% de Vivo desde octubre de 2010 y desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007. El CapEx incluye 349 millones de euros por la adquisición de espectro en el segundo trimestre de 2011.

2 Los datos de 2011 han sido reexpresados conforme al criterio proforma de la contabilización de la propiedad de las licencias y de las eliminaciones "inter-compañía".

3 Margen sobre ingresos incluye interconexión fijo-móvil.

4 El CapEx incluye 37 millones de euros por la adquisición de espectro en el cuarto trimestre de 2011.

Telefónica Latinoamérica. Datos financieros seleccionados por país (II)

Datos no auditados (Miles de euros)

	Enero-Diciembre			
	2011	2010	% Var	% Var M Local
MÉXICO (T. Móviles México) ⁽¹⁾				
Importe neto de la cifra de negocios	1.557	1.832	(15,0)	(12,3)
Ingresos de servicio	1.387	1.651	(16,0)	(13,3)
OIBDA	572	623	(8,2)	(5,2)
Margen OIBDA	36,7%	34,0%	2,7 p.p.	
CapEx	471	1.580	(70,2)	(69,2)
OpCF (OIBDA-CapEx)	101	(957)	c.s.	c.s.
VENEZUELA (T. Móviles Venezuela) ⁽²⁾				
Importe neto de la cifra de negocios	2.688	2.318	16,0	11,2
Ingresos de servicio	2.435	2.073	17,5	12,8
OIBDA	1.177	1.087	8,3	4,4
Margen OIBDA (3)	43,8%	46,9%	(3,1 p.p.)	
CapEx	372	293	26,9	14,7
OpCF (OIBDA-CapEx)	805	794	1,4	0,6
CENTROAMÉRICA ⁽³⁾				
Importe neto de la cifra de negocios	543	562	(3,4)	1,3
Ingresos de servicio	499	522	(4,4)	0,6
OIBDA	165	189	(12,4)	3,8
Margen OIBDA (3)	30,5%	33,6%	(3,1 p.p.)	
CapEx	176	105	67,2	65,4
OpCF (OIBDA-CapEx)	(10)	84	c.s.	c.s.
ECUADOR (T. Móviles Ecuador)				
Importe neto de la cifra de negocios	408	396	3,2	8,4
Ingresos de servicio	364	345	5,6	11,0
OIBDA	137	121	13,0	18,7
Margen OIBDA (3)	33,6%	30,7%	2,9 p.p.	
CapEx	58	60	(2,9)	2,0
OpCF (OIBDA-CapEx)	79	61	28,6	35,1
URUGUAY (T. Móviles Uruguay)				
Importe neto de la cifra de negocios	228	217	5,0	6,2
Ingresos de servicio	219	206	6,3	7,5
OIBDA	104	95	9,5	10,7
Margen OIBDA (3)	45,7%	43,8%	1,9 p.p.	
CapEx	23	29	(22,0)	(21,2)
OpCF (OIBDA-CapEx)	82	66	23,4	24,8

Notas:

OIBDA se presenta antes de gastos de gerenciamiento y de marca.

1 El CapEx incluye 1.237 mil de euros por la adquisición de espectro adquirido en México en 2010.

2 Las cifras de Venezuela incluyen los ajustes por hiperinflación en ambos ejercicios. A efectos comparativos y con el objetivo de facilitar la interpretación de las variaciones interanuales contra el ejercicio 2010, 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, Nicaragua y Costa Rica. El CapEx incluye 68 millones de euros por la adquisición de espectro adquirido en Costa Rica en el segundo trimestre de 2011.

Resultados por unidades de negocio

Telefónica España

El ejercicio 2011 ha estado marcado por un escenario económico adverso, con un debilitamiento de los principales indicadores macroeconómicos durante los últimos meses del año y por un escenario competitivo con una elevada presión comercial.

En este entorno, Telefónica España ha adoptado a lo largo del año decisiones clave dirigidas, por un lado a reducir sus costes operativos, como el Expediente de Regulación de Empleo aprobado en la segunda mitad del año como máximo exponente, y por otro lado, a mejorar su posicionamiento competitivo. Así, a finales del tercer trimestre la Compañía inició el lanzamiento de su nuevo catálogo de tarifas, dirigido a recuperar el pulso comercial y a reforzar el foco en el valor del cliente, fomentando la exclusividad del mismo al ofrecer descuentos cruzados para aquellos que realicen todo su gasto en telecomunicaciones con Movistar.

La Compañía ha completado el reposicionamiento de su oferta comercial en el cuarto trimestre, con el lanzamiento de nuevas tarifas móviles para clientes de contrato, que representan una propuesta unificada de voz, datos y SMS, e incrementan la oferta de valor para el cliente con la eliminación en las tarifas de voz de la discriminación horaria y por destino, o la inclusión de SMS ilimitados en todas las tarifas de datos. Las tarifas se estructuran por niveles de consumo, en función del nivel de gasto requerido por cada cliente.

Asimismo, y también en el cuarto trimestre de 2011, se han simplificado las tarifas de voz para clientes de prepago, con una oferta muy competitiva y flexible.

En el negocio fijo, en el tercer trimestre Telefónica lanzó el ADSL de 10 megas con servicios de valor añadido por 24,9 euros al mes, y en el cuarto trimestre ha reforzado su oferta con el lanzamiento de un ADSL básico por 19,9 euros al mes (que no incluye servicios de valor añadido ni llamadas de fijo a móvil), destacando la mayor aceptación de los paquetes con servicios de valor añadido.

Estos lanzamientos han tenido una buena respuesta por parte del mercado, tal y como se observa en los resultados comerciales de la Compañía del cuarto trimestre, permitiendo a Telefónica recuperar el pulso comercial y alcanzar una ganancia neta positiva en accesos totales, tras tres trimestres consecutivos de pérdidas. En este sentido, destaca la mejor evolución de los accesos de banda ancha fija minorista, que registran ganancia neta positiva en el mes de diciembre por primera vez desde abril, y la mejora significativa de los accesos móviles, especialmente en contrato.

Adicionalmente, el nuevo catálogo de tarifas ha impactado positivamente en la percepción de los clientes, mejorando el nivel de satisfacción de los mismos en la última parte del año.

A finales de diciembre de 2011 Telefónica España gestiona un total de 47,1 millones de accesos, prácticamente estable en términos interanuales (-1%), a pesar de la fuerte presión competitiva.

Respecto a los resultados económico-financieros, debe tenerse en cuenta que la evolución interanual en términos reportados está

condicionada por la contabilización de gastos por reestructuración de plantilla (2.591 millones de euros en el tercer trimestre de 2011; 202 millones en el cuarto trimestre de 2010), el impacto del Servicio Universal (35 millones de euros en ingresos y 13 millones en OIBDA en el cuarto trimestre de 2011; en 2010: 95 millones de euros en ingresos y 31 millones en OIBDA, 38 millones en ingresos y 13 millones en OIBDA en el cuarto trimestre) y la venta de activos no estratégicos en 2011 (73 millones en OIBDA en 2011 y 40 millones en el cuarto trimestre). Además, el ejercicio 2010 también está afectado por la venta de derechos de aplicaciones (101 millones de euros en ingresos y OIBDA) y la recuperación de insolvencias (20 millones de euros en OIBDA).

En 2011 los **ingresos** ascienden a 17.284 millones de euros (-7,6% interanual; -9,5% en el trimestre), reflejando fundamentalmente los menores ARPU en los diferentes servicios y la evolución de los accesos en un entorno de menor consumo y mayor presión en precios.

Excluyendo los efectos comentados anteriormente, el descenso interanual de los ingresos en 2011 se situaría en el 6,8% en 2011 y en 8,5% en el cuarto trimestre, principalmente por la peor evolución de los servicios de voz móvil en los últimos meses del año en un entorno de contracción del consumo privado.

Destaca la sólida expansión de los ingresos de datos móviles, que aumentan un 10,9% interanual en el año (+9,3% en el trimestre), impulsados por el fuerte crecimiento de los ingresos de datos no-SMS (+24,1% interanual en 2011; +24,5% en el trimestre).

Los **gastos por operaciones** alcanzan 12.622 millones de euros en 2011, con un aumento interanual del 20,3% que refleja los mayores gastos de reestructuración derivados de planes de adecuación de plantilla respecto a 2010. Excluyendo estos impactos y gastos no recurrentes, los gastos se reducen un 2,3% interanualmente (-4,9% en el trimestre) gracias a las medidas de eficiencia adoptadas a lo largo del año.

Por conceptos:

↳ Los **gastos por aprovisionamientos** ascienden a 3.938 millones de euros en 2011, y se reducen interanualmente un 5,9% (-10,5% en el cuarto trimestre), fundamentalmente por los menores gastos de interconexión y menores gastos de compra de equipos móviles.

↳ Los gastos por **servicios exteriores** permanecen prácticamente estables en 2011 (-0,3% interanual) y se sitúan en 3.009 millones de euros, con un descenso del 1,6% en el trimestre a pesar del mayor esfuerzo comercial realizado en la última parte del año.

↳ En 2011 los **gastos de personal** ascienden a 5.109 millones de euros en el año, con un crecimiento interanual del 92,2%, al incluir el coste asociado al plan de adecuación de plantilla (2.591 millones de euros). Excluyendo este impacto, así como los gastos de reestructuración de 2010, los gastos de personal se incrementarían un 1,6% frente al ejercicio anterior. Este crecimiento se sitúa por debajo del IPC real de diciembre 2011, referencia obligada en los

últimos años en materia salarial, reflejando así el impacto de las nuevas condiciones recogidas en los Convenios Colectivos, que vinculan las revisiones salariales a la productividad de la Compañía.

El Grupo Telefónica España cuenta con una plantilla de 33.929 empleados al cierre de 2011, lo que representa una reducción orgánica del 4,7% frente a 2010. Debe señalarse que el Expediente de Regulación de Empleo ha tenido un buen ritmo de aceptación, habiéndose adherido al mismo un total de 2.359 empleados a cierre del ejercicio, de los cuales 1.925 han causado baja en 2011 y los restantes 434, en las primeras semanas del mes de enero de 2012.

- ↳ Los **tributos** alcanzan 399 millones de euros en 2011, con un descenso interanual del 19,5% (-26,0% en el trimestre), fundamentalmente por el menor impacto del Servicio Universal respecto a 2010. Eliminando este efecto, los tributos caerían un 12,9% en el año (-29,8% en el cuarto trimestre).
- ↳ Las **provisiones** de tráfico ascienden a 167 millones de euros en 2011 y suponen el 1% de los ingresos. En el conjunto del año se incrementan un 25,3%, reflejando el impacto no recurrente de recuperación de insolvencias registrado en el tercer trimestre de 2010. Excluyendo este impacto, las provisiones crecerían un 9,1% interanualmente.

Por otro lado, debe señalarse que en el cuarto trimestre del año 2011 se han registrado 40 millones de euros en la partida de resultados por enajenación de activos, derivados de la venta de activos no estratégicos.

En consecuencia, el **OIBDA** del año se sitúa en 5.072 millones de euros (40,5% interanual), impactado por el efecto negativo derivado de contabilización de los gastos ligados al expediente de regulación de empleo mencionado anteriormente. El margen OIBDA reportado en el conjunto de 2011 se sitúa en el 29,3% y en el 41,6% en el trimestre.

Descontando los efectos puntuales de 2010 y 2011 explicados anteriormente, el OIBDA en 2011 mostraría un descenso interanual del 11,6% (-14,4% en el cuarto trimestre), impactado fundamentalmente por la evolución de los ingresos, y el margen OIBDA se situaría en el 43,9% en 2011 (-2,4 p.p. interanual) y en el 40,7% en el cuarto trimestre del año (-2,8 p.p.).

A pesar del escenario adverso, la Compañía ha mantenido un fuerte ritmo inversor en el mercado español, con una inversión (**CapEx**) de 2.914 millones de euros en 2011, que muestra un crecimiento del 44,2% interanual (+2,6% excluyendo la adquisición de espectro), reflejando la apuesta de Telefónica España por ofrecer servicios de alta calidad en un entorno de fuerte crecimiento del tráfico de datos, tanto fijo como móvil.

La Compañía ha adquirido en 2011 espectro por un total de 842 millones de euros reforzando su posición competitiva. De esta cantidad, al cierre del ejercicio se habían hecho efectivo pagos por importe de 441 millones de euros, difiriéndose a junio de 2012 los pagos restantes.

Así, el **flujo de caja operativo** se sitúa en 2.158 millones de euros en 2011 (-66,8% interanual). Excluyendo los efectos no recurrentes señalados anteriormente y la adquisición de espectro, el flujo de caja operativo presentaría un descenso interanual del 15,9%.

Actividad comercial y evolución de los ingresos por negocio

Negocio Fijo

Al cierre de 2011 la Compañía gestiona un total de 15,7 millones de **accesos fijos** (accesos de telefonía fija, alquiler mayorista de la línea telefónica-AMLT-, bucle desagregado y ADSL mayorista desnudo), frente a la cifra de 16,0 millones de diciembre de 2010.

En un mercado en contracción, y afectado por la desagregación de bucles, los **accesos de telefonía fija minorista** se sitúan en 12,3 millones (-7% vs. diciembre de 2010), registrándose en el cuarto trimestre la menor pérdida de accesos del año (189 mil) y un 19% inferior a la del trimestre anterior. La pérdida de accesos en 2011 se compensa en un 73% por el crecimiento neto de accesos mayoristas, que continúan generando ingresos para la Compañía.

Los **accesos fijos de Internet de banda** ancha se sitúan en 5,6 millones a diciembre de 2011 (-2% interanual), siendo destacable la significativa mejora de la actividad comercial en el cuarto trimestre del año, tras el lanzamiento de la nueva oferta comercial, alcanzándose ganancia neta positiva (mil accesos) tras dos trimestres consecutivos de pérdidas.

Los **accesos de televisión de pago** se sitúan en 833 mil al cierre de 2011, con un crecimiento del 6% interanual y una ganancia neta de 29 mil clientes en el cuarto trimestre (20 mil en el trimestre anterior), confirmándose así la buena evolución comercial en el segundo semestre del año.

En el negocio mayorista, los accesos indirectos de banda ancha aumentan hasta 710 mil a diciembre de 2011, mostrando una desaceleración en su crecimiento respecto al tercer trimestre del año (+26% interanual en 2011; +35% hasta septiembre). El alquiler de bucle aumenta un 16% interanual hasta superar los 2,8 millones de bucles. Del total, casi el 93% son bucles desagregados (incluyendo 767 mil bucles compartidos desnudos) y el resto corresponde a bucles compartidos.

Los **ingresos** en 2011 ascienden a 10.631 millones de euros, con un descenso interanual reportado del 6,7%, que mejora ligeramente en el cuarto trimestre hasta el 6,2%.

Por conceptos:

- ↳ Los **ingresos por acceso tradicional** se reducen interanualmente un 10,6% (-7,2% en el trimestre), fundamentalmente por el menor número de accesos, así como por el menor importe contabilizado en concepto de Servicio Universal (35 millones de euros en 2011 vs. 95

millones en 2010). Eliminando este efecto, los ingresos caerían un 8,4% en 2011 (-7,2% en el trimestre).

- ↳ Los **ingresos por servicios de voz** disminuyen en el año un 9,0% (-7,4% en el trimestre), impactados por el menor tráfico cursado y el creciente peso de las tarifas planas.
- ↳ Los **ingresos de Internet y banda ancha** descienden un 5,3% frente a 2010, con una evolución muy similar en el cuarto trimestre del año (-5,5%).
 - ↳ Los ingresos minoristas se reducen un 10,1% interanual (-9,9% en el trimestre), reflejando fundamentalmente el descenso del ARPU efectivo (-10,2% interanual). Debe señalarse la ralentización en la caída del ARPU registrada en el trimestre (-7,9% interanual; -8,4% en el trimestre anterior), a pesar del lanzamiento de la nueva oferta comercial, y que refleja el hecho de que un elevado número de clientes ya se beneficiaba de menores precios efectivos, como consecuencia de las promociones realizadas.
 - ↳ Los ingresos mayoristas registran un crecimiento interanual del 23,5% (+16,2% en el trimestre), reflejo de la mejor evolución de la Compañía en el segmento minorista durante el último trimestre del año.
- ↳ Los ingresos de **servicios de datos** crecen un 1,8% interanual en 2011 (-2,0% en el trimestre). Excluyendo los ingresos procedentes del negocio móvil de Telefónica España, estos ingresos se mantendrían prácticamente estables en términos interanuales.
- ↳ Los ingresos por **servicios TI** muestran una disminución interanual del 1,2% en el conjunto del año (-8,6% en el trimestre). Excluyendo las ventas de aplicaciones contabilizadas en 2010 (101 millones de euros en el año y 49 en el cuarto trimestre), estos ingresos aumentarían un 7,9% en el año y un 5,3% en el trimestre.

Negocio Móvil

El mercado de telefonía móvil en España alcanza a diciembre de 2011 una penetración estimada del 130% (+5 p.p. interanual).

A pesar de la fuerte agresividad en precios en el mercado, los accesos móviles de la Compañía se sitúan en 24,2 millones al cierre del año y permanecen prácticamente estables en términos interanuales, destacando la mejor evolución registrada en los últimos meses del año.

Así, tras completarse en el cuarto trimestre el reposicionamiento de las tarifas de voz y datos, con el objetivo de fidelizar a los clientes e impulsar la penetración de "smartphones" y el crecimiento del negocio de datos, la Compañía registra una ganancia neta de 74 mil accesos.

Destaca la positiva evolución de los accesos de contrato, que crecen un 3% frente a diciembre de 2010 y suponen el 70% de los accesos totales (+2 p.p. interanual), situándose la ganancia neta de contrato en el conjunto del año 2011 en 425 mil accesos (155 mil en el cuarto trimestre).

Asimismo, la firme apuesta de la Compañía por la expansión de la banda ancha móvil permite que a finales de diciembre casi el 30% de los accesos móviles dispongan ya de este servicio (+10 p.p. interanual), impulsando fuertemente el crecimiento de los ingresos de datos.

El churn de contrato en el cuarto trimestre de 2011 se mantiene estable respecto al trimestre anterior en el 1,8%, situándose el churn total en el 2,6% (+0,2 p.p. interanual), afectado por la fuerte competencia, y en particular por la portabilidad. En el conjunto del año, el churn se sitúa en el 2,5% (+0,2 p.p. interanual).

El **tráfico** continúa reflejando el menor consumo de los clientes, y se reduce interanualmente en un 4,3% (-7,1% en el trimestre), impactado fundamentalmente por la evolución del consumo privado.

El **ARPU total** se sitúa en 22,9 euros en 2011, con un descenso interanual del 10,2% (-11,9% en el trimestre), derivado del descenso del 15,7% en el ARPU de voz (-18,8% en el trimestre), como consecuencia de los recortes de las tarifas de interconexión, el menor consumo y la presión en los precios minoristas. En sentido contrario, destaca la positiva evolución que sigue registrando el ARPU de datos, con un incremento del 9,9% en 2011, consolidando en el cuarto trimestre la tendencia mostrada en el trimestre anterior (+11,0% interanual). En el conjunto del año, el ARPU de datos representa ya el 26% del ARPU total (+5 p.p. interanual), impulsado por la rápida expansión de la banda ancha móvil.

Los ingresos de datos no-SMS siguen siendo el motor de crecimiento del negocio de datos, y aumentan un 24,1% interanual en 2011 (+24,5% en el trimestre) hasta representar el 75% de los ingresos de datos (+8 p.p. interanual). Los ingresos de datos muestran un sólido aumento interanual del 10,9% en el año (+9,3% en el trimestre).

Los **ingresos** ascienden a 7.747 millones de euros en el conjunto del año, con un descenso interanual del 9,4% (-14,2% en el trimestre), que excluyendo los efectos puntuales en 2010 antes comentados, se reducirían un 8,8% interanual (-13,2% en el trimestre):

- ↳ Los **ingresos de servicio móvil** alcanzan 6.548 millones de euros y se reducen interanualmente un 9,9% (-7,4% excluyendo el impacto de las bajadas de interconexión y venta de aplicaciones en 2010), afectados fundamentalmente por el menor consumo y los menores precios en un entorno de práctica estabilidad de la base de clientes. En el cuarto trimestre estos ingresos se reducen un 14,1% interanual (-11,2% excluyendo la venta de aplicaciones en el cuarto trimestre de 2010 y las bajadas de interconexión).
- ↳ Los **ingresos de clientes** decrecen interanualmente un 8,7% (-11,9% en el trimestre).
- ↳ Los **ingresos de interconexión** disminuyen un 17,7% interanualmente en el año (-19,8% en el trimestre).
- ↳ Los **ingresos de roaming-in** se reducen un 12,1% interanual en 2011 (-21,1% en el trimestre) impactados por el menor tráfico.
- ↳ Los **ingresos de terminales** ascienden a 1.199 millones de euros en 2011, y disminuyen interanualmente un 6,3% (-14,5% en el trimestre).

Telefónica España. Accesos

Datos no auditados (Miles)	2010	2011				% Var
	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
Accesos Clientes Finales	44.257,4	44.047,0	43.685,6	43.128,6	43.023,8	(2,8)
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	13.279,7	13.006,2	12.729,0	12.494,7	12.305,4	(7,3)
ADSL Libre	38,1	37,4	37,2	36,3	34,4	(9,6)
Accesos de datos e internet	5.879,8	5.888,0	5.802,1	5.729,6	5.710,9	(2,9)
Banda estrecha	136,1	118,4	113,2	103,7	84,4	(38,0)
Banda ancha ⁽²⁾	5.722,3	5.749,2	5.669,1	5.607,3	5.608,6	(2,0)
Otros ⁽³⁾	21,4	20,4	19,8	18,5	17,9	(16,6)
Accesos móviles	24.309,6	24.366,4	24.369,9	24.099,9	24.174,3	(0,6)
Prepago	7.919,8	7.823,1	7.708,6	7.440,5	7.359,4	(7,1)
Contrato	16.389,7	16.543,3	16.661,3	16.659,4	16.814,9	2,6
TV de pago	788,2	786,4	784,6	804,4	833,2	5,7
Accesos Mayoristas	3.333,8	3.536,2	3.686,4	3.854,5	4.031,9	20,9
AMLT ⁽⁴⁾	294,5	341,7	379,2	415,3	440,6	49,6
Bucle Alquilado	2.477,1	2.578,9	2.654,2	2.752,2	2.881,1	16,3
Bucle Compartido	264,0	240,3	223,7	215,0	205,0	(22,3)
Bucle Desagregado ⁽⁵⁾	2.213,1	2.338,6	2.430,4	2.537,2	2.676,1	20,9
Mayorista ADSL	561,3	614,9	652,3	686,3	709,6	26,4
Otros ⁽⁶⁾	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	(29,2)
Total Accesos	47.591,2	47.583,2	47.372,0	46.983,1	47.055,7	(1,1)

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 alquilados.

4 Alquiler Mayorista de Línea Telefónica.

5 Incluye bucle compartido desnudo.

6 Circuitos mayoristas.

Telefónica España. Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	17.284	18.711	(7,6)
Trabajos para inmovilizado	295	238	24,1
Gastos por operaciones	(12.622)	(10.489)	20,3
Aprovisionamientos	(3.938)	(4.185)	(5,9)
Gastos de personal	(5.109)	(2.658)	92,2
Servicios exteriores	(3.009)	(3.017)	(0,3)
Variación de provisiones de tráfico	(167)	(133)	25,3
Tributos	(399)	(496)	(19,5)
Otros ingresos (gastos) netos	34	50	(32,4)
Resultado de enajenación de activos	83	14	n.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(3)	(4)	(39,8)
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	5.072	8.520	(40,5)
Margen OIBDA	29,3%	45,5%	(16,2 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(2.088)	(2.009)	3,9
Resultado operativo (OI)	2.984	6.511	(54,2)

Notas:

- OIBDA y OI se presentan antes de gastos de marca.
- Gastos de personal incluyen la provisión por gastos de reestructuración de plantilla en España (2.591 millones de euros) en el tercer trimestre de 2011 y 202 millones de euros en el cuarto trimestre de 2010.
- OIBDA incluye el impacto de 40 millones de euros, en concepto de plusvalías, por la venta de activos no estratégicos en el cuarto trimestre de 2011 (73 millones de euros en 2010).
- Cifras en millones de euros. En 2010 los resultados de la Compañía en términos reportados estuvieron afectados por: la contabilización del Servicio Universal (95 en ingresos y 31 en OIBDA; 38 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre), la venta de derechos de aplicaciones (101 tanto en ingresos como en OIBDA; 49 en el cuarto trimestre) y la recuperación de insolvencias (20 en OIBDA). En 2011 se han contabilizado en concepto de Servicio Universal 35 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre.
- Los resultados de 2011 incluyen desde el mes de septiembre, y con efectos retroactivos desde el 1 de agosto de 2011, la consolidación global de Acens Technologies.

Telefónica España. Negocio fijo. Detalle ingresos

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Acceso Tradicional ⁽¹⁾	2.170	2.426	(10,6)
Servicios de Voz Tradicional	3.230	3.548	(9,0)
Tráfico ⁽²⁾	1.765	1.975	(10,6)
Interconexión ⁽³⁾	763	808	(5,5)
Comercialización de terminales y otros ⁽⁴⁾	702	766	(8,3)
Servicios Internet y Banda Ancha	2.778	2.933	(5,3)
Banda Estrecha	11	17	(35,1)
Banda Ancha	2.767	2.915	(5,1)
Minorista ⁽⁵⁾	2.229	2.480	(10,1)
Mayorista ⁽⁶⁾	537	435	23,5
Servicios Datos	1.382	1.358	1,8
Servicios TI	597	604	(1,2)
Filiales y eliminaciones	475	528	(10,2)
Importe neto de la cifra de negocios	10.631	11.397	(6,7)

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

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

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

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

5 Servicios minoristas ADSL y otros servicios de Internet.

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

Notas:

- Se han contabilizado 95 millones de euros en 2010 asociados al reconocimiento del Servicio Universal (38 millones de euros en el cuarto trimestre) recogidos en el apartado de ingresos por acceso tradicional y 35 millones de euros en el cuarto trimestre de 2011.
- Los ingresos de servicio TI recogen un impacto positivo de 51 millones de euros por la venta de derechos de aplicaciones en 2010 (25 millones de euros el cuarto trimestre). Servicio Universal 35 en ingresos y 13 en OIBDA en el cuarto trimestre.

Telefónica España. Negocio móvil. Detalle ingresos

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Ingresos de servicio	6.548	7.270	(9,9)
Ingresos de clientes	5.686	6.226	(8,7)
Interconexión	652	792	(17,7)
Roaming - In	123	140	(12,1)
Otros	87	113	(22,6)
Ingresos de terminales	1.199	1.280	(6,3)
Importe neto de la cifra de negocios	7.747	8.550	(9,4)

Nota:

Los ingresos de servicio recogen un impacto positivo de 51 millones de euros por la venta de derechos de aplicaciones en 2010 (25 en el cuarto trimestre) e incluyen Tuenti desde agosto de 2010.

Telefónica España. Negocio Móvil. Datos operativos

Datos no auditados	2010	2011				% Var
	4T	1T	2T	3T	4T	
Tráfico (millones de minutos)	10.412	9.936	10.229	10.068	9.677	(7,1)
ARPU (EUR)	24,5	23,2	23,2	23,4	21,5	(11,9)
Prepago	10,6	9,6	9,5	9,6	8,4	(20,0)
Contrato	31,2	29,7	29,6	29,7	27,3	(12,6)
ARPU de datos (EUR)	5,7	5,7	5,8	6,2	6,3	11,0
% Ingresos no-SMS s/ing datos	67,85%	72,0%	73,3%	75,4%	77,2%	9,4 p.p.

Telefónica España. Negocio Móvil. Datos operativos acumulados

Datos no auditados	2010	2011				% Var
	Ene-Dic	Ene-Mar	Ene-Jun	Ene-Sept	Ene-Dic	
Tráfico (millones de minutos)	41.700	9.936	20.165	30.233	39.909	(4,3)
ARPU (EUR)	25,4	23,2	23,2	23,3	22,9	(10,2)
Prepago	11,4	9,6	9,6	9,6	9,3	(18,7)
Contrato	32,6	29,7	29,7	29,7	29,1	(10,8)
ARPU de datos (EUR)	5,5	5,7	5,8	5,9	6,0	9,9
% Ingresos no-SMS s/ing datos	66,6%	72,0%	72,7%	73,6%	74,6%	7,9 p.p.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual de cada periodo.
- 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 Europa¹

En 2011, y a pesar del difícil entorno económico y de la alta intensidad competitiva en sus mercados, Telefónica Europa ha registrado un sólido crecimiento de su base de clientes, impulsado por el incremento de los clientes de contrato móvil y la adopción de los servicios de banda ancha móvil, sus principales palancas de valor.

La **base total de clientes** de Telefónica Europa a finales de diciembre de 2011 se sitúa en 58,1 millones con un crecimiento interanual del 3%. Los accesos móviles ascienden a 48,3 millones (+3% interanual) apoyados en el fuerte impulso comercial del segmento contrato, que registra una ganancia neta de 1,8 millones de accesos en el año (+7% interanual) y de 559 mil accesos en el cuarto trimestre (+5% interanual). Los clientes de contrato crecen un 8% interanual y representan el 51% de la base total de clientes móviles a final de año, 2 p.p. más que el año anterior.

Los clientes de banda ancha móvil aumentan un 31% interanual hasta alcanzar 14,8 millones en diciembre de 2011, y representan el 31% de la base total de clientes móviles (+6 p.p. interanual).

Los **accesos minoristas de banda ancha fija** de Telefónica Europa se incrementan en 107 mil líneas en el año (+2% interanual) y se sitúan en 4,1 millones a finales de 2011.

Los **ingresos** alcanzan 15.524 millones de euros en 2011 y descienden un 1,3% interanual (-1,6% en términos orgánicos). Excluyendo el impacto de los recortes de las tarifas de interconexión móvil, los ingresos aumentarían un 1,7% interanual en términos orgánicos, a pesar del difícil entorno económico. Este incremento de las ventas se explica por el éxito de la estrategia de datos móviles, basada en las tarifas de datos segmentadas "tiered pricing" y en el incremento de la penetración de "smartphones". Así, los ingresos de datos no-SMS registran en 2011 un crecimiento orgánico interanual del 33,5%, hasta alcanzar el 43% de los ingresos totales de datos. Los ingresos totales de datos móviles crecen en 2011 un 10,9% interanual en términos orgánicos, y representan ya el 42% de los ingresos de servicio móvil (+6 p.p. más que en 2010).

Los **gastos por operaciones** descienden un 3,4% interanual y se sitúan en 11.503 millones de euros en 2011 (-1,1% en términos orgánicos). En 2010 los gastos están impactados por gastos no recurrentes de reestructuración, fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla registrados en el segundo semestre del año (202 millones de euros en el tercer trimestre y 118 millones de euros en el cuarto trimestre). Por conceptos:

- ⇒ Los **aprovisionamientos** disminuyen un 0,4% interanual hasta 6.873 millones de euros en 2011. En términos orgánicos, estos gastos decrecen un 0,7%, fundamentalmente por los menores gastos de interconexión, que compensan el mayor volumen de ventas de "smartphones".
- ⇒ Los **gastos de personal** (1.391 millones de euros) se reducen un 17,7% respecto al conjunto del año anterior debido a los gastos de reestructuración de personal registrados en la segunda mitad de 2010. En términos orgánicos estos gastos descenderían un 3,2%, impactados positivamente por los beneficios de los programas de reestructuración mencionados anteriormente.
- ⇒ Los **gastos por servicios exteriores** ascienden a 3.067 millones de euros en 2011, con un descenso del 1,3% interanual (+0,3% en términos orgánicos).

El **OIBDA** totaliza 4.233 millones de euros en 2011, con un crecimiento interanual del 3,8% (-2,5% en términos orgánicos). Esta evolución refleja la presión en ingresos (afectados por los recortes de las tarifas de terminación móvil) y el aumento del gasto comercial por la mayor actividad comercial en el segundo semestre del año, especialmente con el lanzamiento de nuevos "smartphones" de gama alta en el cuarto trimestre.

El margen OIBDA reportado se sitúa en el 27,3% en 2011, prácticamente estable en términos orgánicos (+1,3 p.p. interanual reportado).

El **CapEx** alcanza 1.705 millones de euros en el año (-45,9% interanual), afectado fundamentalmente por la adquisición de espectro en Alemania en 2010. En términos orgánicos, el CapEx disminuye un 3,8% interanual en 2011. La Compañía continúa maximizando las ventajas derivadas de la compartición de redes, enfocando sus inversiones en nuevas infraestructuras móviles para hacer frente al crecimiento de datos.

El **flujo de caja operativo** se sitúa en 2.528 millones de euros en 2011 (-1,5% interanual orgánico).

Telefónica Reino Unido (variaciones interanuales en moneda local)

En el año 2011 el mercado británico ha estado caracterizado por una alta competencia en un difícil entorno macroeconómico. En este escenario, y tras el enfoque comercial de la primera mitad del año, centrado en la captación de valor frente a volumen, la

¹ Crecimiento orgánico: asume tipos de cambio constantes (media de enero-diciembre 2010) e incluye la consolidación de HanseNet en 2010. El OIBDA también excluye la plusvalía por la venta de Manx Telecom (61 millones de euros en el segundo trimestre de 2010) y gastos no recurrentes de reestructuración, fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla registrados en el segundo semestre del año (202 millones de euros en el tercer trimestre y 118 millones de euros en el cuarto trimestre) y el CapEx excluye la adquisición de espectro en Alemania en mayo de 2010 (1.379 millones de euros). Los accesos y resultados financieros de Manx T. se excluyen del cálculo.

NOTA: Las cifras de 2010 incluyen los resultados correspondientes a TNA y TIWS.

Compañía ha centrado sus esfuerzos en recuperar el pulso comercial, apalancándose en el lanzamiento de una nueva estructura de tarifas para "smartphones" en agosto y en una estrategia proactiva de retención de clientes en el segmento contrato.

El compromiso de la Compañía de prestar a los clientes de O2 la mejor experiencia de usuario se ha visto reforzada con el lanzamiento de innovadoras iniciativas en torno a nuevos servicios digitales, atención al cliente y distribución de "smartphones". Esta estrategia de satisfacción del cliente ha contribuido a mantener la posición de Telefónica Reino Unido como el operador con el menor número de reclamaciones del mercado⁽²⁾.

En el cuarto trimestre la ganancia neta de contrato se sitúa en 175 mil clientes, la mayor del año (+93% frente al trimestre anterior), gracias al éxito de las nuevas tarifas para smartphones y al lanzamiento de nuevos "smartphones" de gama alta en octubre. El enfoque de la Compañía en la retención de clientes de alto valor en el momento de la finalización de sus contratos de permanencia también se ha traducido en un mayor volumen de canjes en el cuarto trimestre (+35% interanual vs. -17% en los primeros nueve meses del año), lo que ha supuesto un incremento del gasto comercial, si bien la Compañía se beneficia de mantener estos clientes de valor con contratos de larga duración.

En consecuencia, los accesos móviles de contrato registran un crecimiento interanual del 4%, hasta representar el 49% del total de **accesos móviles** (+2,1 p.p. interanual), que alcanzan 22,2 millones a finales de año (prácticamente estables en términos interanuales).

La demanda de "smartphones" continúa registrando un fuerte dinamismo y permite alcanzar una penetración del 38% a finales de 2011, frente al 29% en 2010 y al 36% en el tercer trimestre, representando éstos más del 95% de las ventas de terminales del segmento de contrato residencial en el cuarto trimestre.

La "joint venture" Tesco Mobile (no incluida en la cifra de clientes de la Compañía) sigue mostrando un excelente comportamiento, con una ganancia neta de 153 mil clientes en el cuarto trimestre, hasta alcanzar 2,9 millones al cierre del año (+15% interanual).

El **churn** se sitúa en el 3,1% en el conjunto de 2011 (+0,4 p.p. interanual) y en el 3,4% en el trimestre (+0,5 p.p. interanual), destacando el comportamiento estable del churn de contrato (1,2%) en términos interanuales en un entorno de fuerte competencia.

Los **accesos totales** se sitúan en 23,0 millones a cierre del año, estables interanualmente, reflejando la estabilidad de los accesos móviles y el crecimiento de accesos en telefonía fija, que compensan la caída marginal de los accesos fijos de Internet de banda ancha.

En 2011 **el tráfico** de voz móvil desciende un 10% interanual (16% en el cuarto trimestre), debido fundamentalmente a la menor base de clientes prepago y a la optimización del consumo.

El **ARPU** total en el conjunto del año disminuye interanualmente un 6,6% (9,5% en el cuarto trimestre). Excluyendo impactos regulatorios, el ARPU total descendería un 3,5% en el conjunto del año (-5,6% en el cuarto trimestre).

El ARPU de voz registra un descenso interanual del 14,6% en 2011 (17,7% en el cuarto trimestre). Excluyendo el impacto de los recortes de las tarifas de interconexión móvil, el ARPU de voz decrecería un 9,2% interanual. Esta evolución refleja la continua optimización del consumo en la parte no incluida en los paquetes adquiridos por los clientes ("out of the bundle") y la reducción de tarifas en un entorno de operaciones adverso.

El ARPU de datos muestra un sostenido crecimiento del 5,1% en 2011 (+2,2% en el cuarto trimestre). Cabe destacar que más del 80% de los clientes de contrato del segmento residencial que han contratado una tarifa de datos ha elegido tarifas segmentadas ("tiered pricing"), y en el trimestre, más del 80% de los nuevos clientes han contratado uno de los dos planes de mayor precio.

Así, los **ingresos** de 2011 alcanzan 6.926 millones de euros, con un descenso interanual del 2,7% (-6,8% en el cuarto trimestre). Excluyendo el impacto de los recortes de las tarifas de interconexión móvil, los ingresos aumentarían un 0,3% interanual en 2011 (-3,3% en el trimestre).

Los ingresos de servicio móvil en 2011 registran un descenso interanual del 3,7% (-8,7% en el cuarto trimestre) hasta alcanzar 6.198 millones de euros. Excluyendo el impacto de la regulación, los ingresos de servicio móvil mostrarían un descenso interanual del 0,4%, debido principalmente a la evolución del ARPU ya mencionada. La evolución de los ingresos de servicio en el cuarto trimestre (-4,8% interanual excluyendo impactos regulatorios) está impactada también por la desaceleración interanual en el crecimiento de la base de clientes.

El crecimiento del negocio de datos continúa impulsado fuertemente por los ingresos de datos no-SMS, que aumentan un 33,1% frente a 2010, gracias al incremento de la penetración de los "smartphones" y a la continua adopción de paquetes de datos segmentados ("tiered pricing") por parte de los clientes. En el cuarto trimestre el crecimiento de los ingresos de datos no-SMS se sitúa en el 30% interanual, afectados por la reducción de tarifas.

Los ingresos de datos totales registran un crecimiento interanual del 7,9% en 2011 (+3,1% en el cuarto trimestre) hasta representar el 45% de los ingresos de servicio móvil (+4,8 p.p. interanual).

El **OIBDA** asciende a 1.836 millones de euros en 2011, con un descenso interanual del 2,3% en términos orgánicos, si bien en términos reportados registra un crecimiento del 1,5%, reflejando

² Estudio relativo al tercer trimestre de 2011 (Ofcom, diciembre de 2011).

la contabilización de gastos no recurrentes de reestructuración por importe de 72 millones de euros en 2010. El margen OIBDA se sitúa en el 26,5% en 2011, prácticamente estable con respecto al año anterior en términos orgánicos, en un contexto de menor actividad comercial en el primer semestre del año.

El OIBDA del cuarto trimestre decrece interanualmente un 9,0% (-21,1% interanual en términos orgánicos), debido fundamentalmente al aumento de los costes comerciales y al comportamiento de los ingresos. Así, el margen OIBDA del trimestre se sitúa en el 24,2%.

El **CapEx** en 2011 aumenta un 3,3% interanual hasta alcanzar 732 millones de euros y refleja la mayor eficiencia en el despliegue de la red, derivado de la reutilización de espectro en la banda 900 MHz en áreas urbanas y el avance en el acuerdo de compartición de infraestructuras con Vodafone.

Así, el **flujo de caja operativo** alcanza 1.104 millones de euros en 2011 (+0,3% interanual; -5,7% en términos orgánicos).

Telefónica Alemania

En 2011 Telefónica Alemania ha reforzado su posición en el mercado alemán y ha obtenido unos sólidos resultados, gracias al fuerte impulso comercial derivado de las nuevas tarifas "O2 Blue", el éxito de "My Handy", la continua actividad de los canales de distribución indirectos y las mejoras en la monetización de los servicios de datos móviles.

Asimismo, cabe destacar que la Compañía ha empezado el año 2012 con importantes avances, lanzando en enero una nueva estructura de tarifas para "smartphones", que integran voz, datos y SMS, y firmando un acuerdo de colaboración con Deutsche Telekom para el desarrollo de infraestructuras de transporte para redes 3G y LTE, garantizando así la futura expansión de la Compañía en el mercado de banda ancha móvil de una manera flexible y eficiente.

A finales de 2011, los **accesos totales** de Telefónica Alemania se sitúan en 24,5 millones, con un aumento interanual del 6%.

Los **accesos de telefonía móvil** crecen un 8% interanualmente hasta 18,4 millones, impulsados fundamentalmente por el segmento contrato (+12% interanual), que ya representa el 50% del total al cierre del año (+1,8 p.p. respecto a 2010). La Compañía sigue registrando unos sólidos niveles de ganancia neta en el segmento contrato con 271 mil nuevos accesos en el cuarto trimestre, lo que supone la mayor ganancia neta trimestral de contrato del año (982 mil en el conjunto del año). Esta evolución refleja el éxito de las

tarifas "O2 Blue" en el segmento residencial, los buenos resultados en el segmento de empresas y la mayor actividad de los canales de distribución indirectos. La ganancia neta total en 2011 se sitúa en 1,3 millones (235 mil en el cuarto trimestre), con una ganancia neta de 349 mil clientes en el segmento prepago.

La penetración de los accesos de banda ancha móvil sobre el total de accesos móviles aumenta 6 p.p. en el año, hasta alcanzar el 26%, impulsada por la fuerte demanda de "smartphones" que representan el 90% del total de ventas de terminales en el trimestre, la mayor del mercado.

El **churn** de contrato mejora 0,1 p.p. respecto al año anterior y se sitúa en el 1,7% en 2011 (1,8% en el cuarto trimestre). El churn total se sitúa en el 2,2% en 2011 (+0,1 p.p. interanual) y en el 2,5% en el cuarto trimestre (+0,1 p.p. interanual) debido principalmente al segmento prepago.

El **tráfico móvil** registra un fuerte crecimiento interanual del 10% en 2011 (+7% en el cuarto trimestre), impulsado por la sólida expansión de la base de clientes y el incremento del consumo.

El **ARPU** ⁽³⁾ total, afectado por la fuerte rebaja de las tarifas de interconexión móvil introducida en diciembre de 2010, continúa la senda de mejora en su ritmo de descenso interanual hasta el 5,2% en el cuarto trimestre (-7,8% en 2011). Excluyendo impactos regulatorios, el ARPU total en 2011 descendería un 1,6% interanual (-0,6% en el trimestre), debido fundamentalmente a la evolución del segmento prepago.

La evolución del ARPU de voz en el año está impactada principalmente por la regulación (-18,5% interanual en 2011; -15,0% en el cuarto trimestre). No obstante, esta tendencia está parcialmente compensada por el sólido crecimiento del ARPU de datos (+13,2% interanual en 2011; +12,1% en el trimestre), gracias al incremento de la penetración de la banda ancha móvil y a la buena acogida de las tarifas segmentadas de datos ("tiered pricing") entre los clientes.

Los accesos fijos de Internet de **banda ancha fija** alcanzan 2,6 millones a finales de 2011 (+2% interanual). El negocio mayorista de banda ancha fija totaliza 1,0 millón (-7% interanual), reflejando la desconexión de 78 mil líneas inactivas en diciembre.

Los **ingresos** en 2011 se sitúan en 5.035 millones de euros, registrando un sólido crecimiento del 4,3% interanual (+1,6% en términos orgánicos; +1,2% en el cuarto trimestre). Excluyendo el impacto de los recortes de las tarifas de interconexión móvil, el crecimiento orgánico habría sido del 5,5% en el conjunto del año (+4,0% en el cuarto trimestre).

Los ingresos de servicio móvil muestran un comportamiento muy positivo en el cuarto trimestre (+2,2% interanual), hasta situarse en 2.946 millones de euros en el conjunto del año (+0,5% interanual). Excluyendo

³ Los ingresos procedentes del modelo "My Handy" de comercialización de terminales no se registran dentro de los ingresos de servicio móvil, sino dentro de los ingresos por venta de terminales, lo que implica que el incremento de las ventas de "smartphones" no tiene reflejo en la evolución del ARPU.

el impacto de los recortes de las tarifas de interconexión móvil, los ingresos de servicio móvil muestran un sólido crecimiento interanual del 7,1%, tanto en 2011 como en el cuarto trimestre, estando este último impactado por la fuerte evolución en el mismo periodo de 2010.

El sólido crecimiento de los ingresos de datos no-SMS (+48,9% interanual en 2011; +46,6% en el cuarto trimestre) es el motor de los ingresos de móviles, que en 2011 presentan un incremento del 23,5% interanual (+20,4% en el cuarto trimestre), hasta alcanzar el 41% de los ingresos de servicio (+8 puntos porcentuales frente a 2010).

Los ingresos totales de telefonía móvil en 2011 (3.606 millones de euros) crecen interanualmente un 5,7% y un 4,9% en el cuarto trimestre (+11,4% y +9,0% excluyendo el impacto de la regulación, respectivamente) gracias a la evolución de los ingresos de servicio móvil y al continuo crecimiento de los ingresos de terminales por el éxito del modelo "My Handy".

El **OIBDA** alcanza 1.219 millones de euros en 2011 y muestra un fuerte crecimiento interanual orgánico del 4,9% (+12,0% en el cuarto trimestre). El margen OIBDA se sitúa en el 24,2% en el conjunto del año (+0,8 p.p. interanual en términos orgánicos) y en el 26,1% en el cuarto trimestre (+2,5 p.p. interanual en términos orgánicos), reflejando las eficiencias procedentes del programa de reestructuración ya finalizado, que compensa el incremento de los gastos comerciales.

El **CapEx** en 2011 desciende un 18,8% interanual en términos orgánicos y se sitúa en 558 millones de euros. El despliegue de LTE continúa en línea con lo previsto, y el mayor esfuerzo inversor derivado del despliegue en áreas sin cobertura previa ("White Spots") se ha visto más que compensado por la reducción de inversión en las redes fija y móvil 2G, tras la finalización del despliegue de la red de acceso en 2010.

El **flujo de caja operativo** alcanza 662 millones de euros en el conjunto del año, lo que supone un fuerte incremento interanual del 39,2% en términos orgánicos.

Telefónica República Checa (variaciones interanuales en moneda constante)

A lo largo de 2011, Telefónica República Checa ha registrado una mejora en la evolución interanual de sus resultados financieros, impulsada por la sólida actividad comercial en un entorno de alta intensidad competitiva. Asimismo, la Compañía sigue manteniendo un margen OIBDA que es la referencia en la región de Europa Central y del Este, gracias a las eficiencias en costes y al mejor comportamiento en Eslovaquia.

El número total de **accesos** de Telefónica en la República Checa y Eslovaquia aumenta un 5% interanual, hasta 8,9 millones a finales de año.

La base de **accesos móviles** de la República Checa asciende a 4,9 millones a finales de 2011 (+2% interanual), impulsada por el crecimiento del segmento contrato (+6% interanual). El segmento prepago mejora su tendencia decreciente (-4% en 2011 vs. -7% en los nueve primeros meses de 2011), tras registrar la mayor ganancia neta trimestral desde el cuarto trimestre de 2009, gracias en parte a la exitosa campaña de Navidad. La ganancia neta total del año alcanza 103 mil clientes (-106 mil en 2010), registrando el mejor comportamiento durante el cuarto trimestre de 2011, gracias al continuo impulso del segmento contrato (ganancia neta de 54 mil en el cuarto trimestre, 186 mil en 2011). La penetración de banda ancha móvil aumenta 4 p.p. en términos interanuales, hasta situarse en el 16% a finales de 2011.

Los accesos de telefonía fija se reducen un 5% interanual hasta 1,6 millones a finales de 2011, con una pérdida de 20 mil accesos en el cuarto trimestre. Los accesos minoristas a Internet de **banda ancha** continúan aumentando, con una ganancia neta de 87 mil en el año (13 mil en el cuarto trimestre) hasta situarse en 0,8 millones a finales de 2011 (+11% interanual). La migración durante el año de clientes existentes con un ARPU superior a la media hacia el VDSL ha contribuido a la gestión del ARPU y a la mejora del churn. Los clientes de **TV de pago** alcanzan 136 mil a finales de 2011.

Telefónica Eslovaquia continúa ganando cuota de mercado y alcanza 1,2 millones de clientes a finales de 2011 (+32% interanual), con una ganancia neta de 284 mil clientes en el año (85 mil en el cuarto trimestre). El crecimiento de la base se debe fundamentalmente al mayor parque de contrato (+49% interanual), con una ganancia neta de 164 mil clientes en el año (+53 mil en el cuarto trimestre), que ya supone el 43% de la base total de clientes (+5 p.p. interanual).

El **churn móvil** en la República Checa continúa mejorando hasta el 1,9% en 2011, mientras que el churn de contrato se sitúa en el 1,1% (-0,5 p.p. interanual en ambos casos).

El **tráfico móvil** crece en 2011 un 1,9% interanual, tras registrar un mejor comportamiento en el cuarto trimestre (+3,5% interanual).

El **ARPU** desciende un 9,6% interanual en 2011 (-10,1% en el cuarto trimestre), impactado por los recortes de tarifas de interconexión móvil. Excluyendo este impacto, el ARPU de 2011 descendería un 5,7% interanual, impactado por la intensidad competitiva.

Los **ingresos** de la República Checa y Eslovaquia se sitúan en 2.130 millones de euros en 2011 (-5,5% interanual) y presentan una mejor tendencia en el segundo semestre de año (-6,4% hasta junio). Los ingresos de Eslovaquia reflejan la continua expansión de la base de clientes y crecen en 2011 un 40,9% interanual.

Los ingresos del negocio fijo en 2011 se sitúan en 913 millones de euros (-6,9% interanual; -4,4% en el cuarto trimestre). La mejora de

tendencia del cuarto trimestre se debe a un mejor comportamiento de los ingresos TIC, a la mejor evolución del negocio de voz fijo y al crecimiento de DSL.

Los ingresos de servicio móvil de la República Checa ascienden a 995 millones de euros en 2011 (-10,2% interanual), mostrando una mejor tendencia en la última parte del año (-9,3% en el cuarto trimestre). Esta evolución se debe a la estabilización del gasto en el segmento residencial, a pesar de que los ingresos siguen impactados por la sostenida presión competitiva en los segmentos de Empresas y PYMES, y por los recortes de tarifas de interconexión móvil desde el tercer trimestre. Excluyendo el impacto de las medidas regulatorias, los ingresos de servicio móvil registran una caída menor en el último trimestre (-5,4%; -6,4% interanual en 2011).

Los **gastos operativos** descienden un 4,3% interanual en 2011, a pesar de la mayor actividad comercial, gracias al impacto positivo derivado de los programas de reestructuración (reducción de gastos de personal del 9,0% interanual), mientras que los aprovisionamientos también descienden (-6,1% interanual) debido fundamentalmente a los menores gastos de interconexión.

El **OIBDA** de 2011 se sitúa en 931 millones de euros (-4,9% interanual), registrando un mejor comportamiento que el de los ingresos gracias a las medidas de eficiencia, la plusvalía por la venta de activos fijos no estratégicos por un importe de 14 millones de euros y la mayor rentabilidad en Eslovaquia. Resultado del continuo control de gastos, el margen OIBDA crece 1,2 p.p. interanualmente en el cuarto trimestre hasta el 45,6%, y 0,3 p.p. en 2011 hasta el 43,7%.

El **CapEx** alcanza 229 millones de euros en 2011, prácticamente estable en términos interanuales (+0,5%). La Compañía continúa centrando sus inversiones en incrementar la capacidad y la calidad de la red de 3G, y de la red de banda ancha fija (VDSL). El flujo de caja operativo asciende a 702 millones de euros en 2011 (-6,3% interanual).

Telefónica Irlanda

En 2011 los resultados de Telefónica Irlanda están afectados por el adverso entorno de operaciones.

La base de **accesos móviles** de la Compañía se sitúa en 1,6 millones a finales de 2011 (-4% interanual), afectada por el descenso de los accesos de prepago (-10% interanual). El segmento contrato crece un 3% interanual, tras registrar una ganancia neta de 23 mil clientes en 2011 (6 mil en el cuarto trimestre), y representa ya el 46% de los accesos móviles (+3 p.p. interanual).

El **churn** se incrementa hasta el 2,6% en 2011 y el 2,9% en el cuarto trimestre (+0,3 p.p. interanual tanto en el cuarto trimestre como en el conjunto del año).

El **tráfico móvil** decrece un 7,1% interanual (-13,5% en el cuarto trimestre), debido a la menor base de clientes de prepago y a la continua optimización del uso por parte de los clientes.

En 2011 el **ARPU** total está afectado por las difíciles condiciones del mercado y decrece un 10,7% interanual (-14,4% en el cuarto trimestre). Excluyendo el recorte de las tarifas de terminación móvil, el ARPU registraría un descenso del 3,3% interanual (-6,2% en el cuarto trimestre).

El ARPU de datos continúa creciendo (+8,9% interanual en 2011; +3,8% en el cuarto trimestre), debido principalmente al crecimiento sostenido de la penetración de la banda ancha móvil hasta el 39%, así como a la adopción de tarifas de datos segmentadas ("tiered pricing").

Los **ingresos** se sitúan en 723 millones de euros en 2011, con un descenso interanual del 14,7% (-16,7% en el cuarto trimestre). Los ingresos de servicio móvil disminuyen un 13,1% interanual hasta 677 millones de euros (-18,0% en el trimestre). Excluyendo el impacto del recorte de las tarifas de terminación móvil, los ingresos de servicio móvil descenderían un 6,0% en 2011 (-10,3% en el cuarto trimestre).

Los ingresos de datos aumentan un 6,0% respecto a 2010, impulsados por el buen comportamiento de los ingresos de datos no-SMS (+16,3% interanual en 2011; +13,7% en el cuarto trimestre) que representan ya el 42% de los ingresos de datos (+4 p.p. interanual).

El **OIBDA** alcanza 206 millones de euros, un 25,0% menos que en 2010, como resultado de los menores ingresos de servicio móvil y el aumento del gasto comercial derivado de la mayor demanda de "smartphones", incluyendo dispositivos de gama alta en el cuarto trimestre. Así, el margen OIBDA se sitúa en el 28,5% en 2011 (-3,9 p.p. interanual) y en el 24,8% en el cuarto trimestre.

En 2011, el **CapEx** asciende a 61 millones de euros (+1,4% interanual), con un **flujo de caja operativo** de 145 millones de euros (-32,5% interanual).

Telefónica Europa. Accesos

Datos no auditados (Miles)	2010	2011				% Var
	Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
Accesos Clientes Finales	55.050,6	55.603,6	56.025,5	56.575,0	56.885,9	3,3
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	3.672,4	3.744,0	3.791,5	3.826,3	3.853,1	4,9
Accesos de datos e internet	4.496,4	4.553,5	4.594,1	4.555,8	4.537,4	0,9
Banda estrecha	503,2	480,3	464,4	451,0	435,4	(13,5)
Banda ancha	3.964,9	4.045,1	4.101,4	4.075,5	4.071,8	2,7
Otros ⁽²⁾	28,3	28,1	28,3	29,3	30,3	6,9
Accesos móviles	46.675,5	47.098,1	47.430,6	47.979,6	48.276,4	3,4
Prepago	23.994,9	23.972,0	23.934,6	24.062,4	23.800,3	(0,8)
Contrato	22.680,6	23.126,1	23.496,0	23.917,2	24.476,1	7,9
TV de pago	206,4	208,0	209,3	213,4	219,0	6,1
Accesos Mayoristas ⁽³⁾	1.247,7	1.265,6	1.253,3	1.271,7	1.213,2	(2,8)
Total Accesos	56.298,3	56.869,2	57.278,8	57.846,7	58.099,1	3,2

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 Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

3 Incluye bucles alquilados por T. Alemania y T. Reino Unido. En el cuarto trimestre de 2011 se han dado de baja 78 mil accesos inactivos en Alemania

Telefónica Europa. Resultados consolidados

Datos no auditados (Millones de euros)	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	15.524	15.724	(1,3)
Trabajos para inmovilizado	179	198	(9,8)
Gastos por operaciones	(11.503)	(11.912)	(3,4)
Aprovisionamientos	(6.873)	(6.900)	(0,4)
Gastos de personal	(1.391)	(1.691)	(17,7)
Servicios exteriores	(3.067)	(3.106)	(1,3)
Variación de provisiones de tráfico	(140)	(178)	(20,9)
Tributos	(32)	(37)	(12,5)
Otros ingresos (gastos) netos	17	5	n.s.
Resultado de enajenación de activos	18	66	(73,3)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(1)	(1)	18,6
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	4.233	4.080	3,8
Margen OIBDA	27,3%	25,9%	1,3 p.p.
Amortizaciones de inmovilizado	(3.117)	(3.201)	(2,6)
Resultado operativo (OI)	1.116	879	27,0

Notas:

- OIBDA y OI se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- HanseNet y Jajah han entrado a formar parte del perímetro de consolidación de T. Europa desde mediados de febrero de 2010 y desde enero de 2010, respectivamente y Manx Telecom ha causado baja del perímetro de consolidación desde julio de 2010.
- Cifras en millones de euros. En 2010, el OIBDA recoge una plusvalía de 61 por la venta de Manx Telecom en el segundo trimestre y está impactado por gastos no recurrentes fundamentalmente asociados a planes de adecuación de plantilla registrados en la segunda mitad del año (202 en el tercer trimestre y 118 en el cuarto trimestre).
- Debido a la incorporación de Telefónica International Wholesale Services (TIWS) y Telefónica North America (TNA) en el perímetro de consolidación de T. Europa desde el 1 de enero de 2011 (previamente en T. Latinoamérica) los resultados económico-financieros de T. Europa correspondientes al ejercicio 2010 se han reexpresado.

Telefónica Europa. Accesos por país

Datos no auditados (Miles)

Datos no auditados (Miles)		2010	2011				% Var
		Diciembre	Marzo	Junio	Septiembre	Diciembre	
TELEFÓNICA REINO UNIDO							
Accesos Clientes Finales	22.969,8	23.071,7	22.931,3	23.021,2	23.003,9	0,1	
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	86,7	116,1	135,9	182,3	216,1	149,1	
Accesos de datos e internet	671,6	669,2	652,9	625,3	620,3	(7,6)	
Banda ancha	671,6	669,2	652,9	625,3	620,3	(7,6)	
Accesos móviles	22.211,5	22.286,4	22.142,6	22.213,6	22.167,5	(0,2)	
Prepago	11.712,3	11.636,5	11.468,0	11.448,2	11.227,3	(4,1)	
Contrato	10.499,2	10.649,9	10.674,6	10.765,4	10.940,3	4,2	
Accesos Mayoristas ⁽²⁾	-	-	-	22,6	26,7	n.d.	
Total Accesos	22.969,8	23.071,7	22.931,3	23.043,8	23.030,7	0,3	
TELEFÓNICA ALEMANIA							
Accesos Clientes Finales	21.957,5	22.383,2	22.849,5	23.219,7	23.440,9	6,8	
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	1.916,4	1.988,6	2.044,8	2.042,1	2.055,1	7,2	
Accesos de datos e internet	2.914,7	2.958,5	2.977,2	2.949,2	2.922,3	0,3	
Banda estrecha	385,7	367,7	356,8	346,7	334,6	(13,2)	
Banda ancha	2.529,1	2.590,8	2.620,4	2.602,5	2.587,7	2,3	
Accesos móviles	17.049,2	17.357,2	17.748,0	18.145,6	18.380,1	7,8	
Prepago	8.795,2	8.896,8	9.035,1	9.180,7	9.144,5	4,0	
Contrato	8.254,0	8.460,4	8.712,8	8.964,9	9.235,7	11,9	
TV Pago	77,2	79,0	79,5	82,8	83,3	8,0	
Accesos Mayoristas ⁽³⁾	1.116,5	1.127,6	1.118,2	1.112,3	1.042,4	(6,6)	
Total Accesos	23.074,0	23.510,8	23.967,7	24.332,0	24.483,2	6,1	
TELEFÓNICA IRLANDA							
Accesos de datos e internet	11,2	15,2	18,5	21,3	24,2	115,7	
Banda ancha	11,2	15,2	18,5	21,3	24,2	115,7	
Accesos móviles	1.695,8	1.680,3	1.668,8	1.659,1	1.622,9	(4,3)	
Prepago	966,5	944,2	927,1	912,5	870,1	(10,0)	
Contrato	729,4	736,0	741,7	746,6	752,9	3,2	
Total Accesos	1.707,1	1.695,4	1.687,2	1.680,4	1.647,2	(3,5)	
TELEFÓNICA REPÚBLICA CHECA							
Accesos Clientes Finales	7.535,8	7.505,6	7.554,7	7.574,7	7.629,8	1,2	
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	1.669,2	1.639,3	1.610,8	1.601,9	1.581,9	(5,2)	
ADSL Libre	163,7	186,7	198,2	222,1	237,4	45,0	
Voz sobre IP	38,6	41,1	47,1	50,1	52,1	35,0	
Accesos de datos e internet	898,8	910,7	945,6	960,0	970,6	8,0	
Banda estrecha	117,5	112,6	107,6	104,3	100,7	(14,3)	
Banda ancha	753,0	769,9	809,6	826,4	839,6	11,5	
Otros ⁽⁴⁾	28,3	28,1	28,3	29,3	30,3	6,9	
Accesos móviles	4.838,6	4.826,6	4.868,6	4.882,2	4.941,7	2,1	
Prepago	1.975,0	1.927,1	1.912,3	1.886,9	1.892,4	(4,2)	
Contrato	2.863,6	2.899,5	2.956,4	2.995,4	3.049,3	6,5	
TV Pago	129,2	129,0	129,8	130,6	135,6	5,0	
Accesos Mayoristas ⁽³⁾	131,2	138,0	135,1	136,8	144,1	9,8	
Total Accesos	7.667,0	7.643,6	7.689,9	7.711,5	7.773,9	1,4	
TELEFÓNICA ESLOVAQUIA							
Accesos móviles	880,4	947,7	1.002,6	1.079,0	1.164,1	32,2	
Prepago	545,9	567,4	592,1	634,1	666,1	22,0	
Contrato	334,5	380,3	410,5	444,9	498,0	48,9	
Total Accesos	880,4	947,7	1.002,6	1.079,0	1.164,1	32,2	

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 Incluye bucles alquilados por T. Reino Unido.

3 Incluye bucles alquilados por T. Alemania. En el cuarto trimestre de 2011 se ha producido la desconexión de 78 mil accesos inactivos.

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

* Los accesos de Telefónica Reino Unido e Irlanda presentan un desglose más detallado frente a trimestres anteriores; Telefónica Reino Unido detalla accesos de telefonía fija y mayoristas, y Telefónica Irlanda, accesos de datos e Internet, previamente contabilizados a nivel de T. Europa. Los accesos totales de T. Europa en 2010 no están afectados por estos cambios.

Telefónica Europa. Datos operativos operadoras móviles por país

Datos no auditados

	2010	2011				
	4T	1T	2T	3T	4T	% Var M Local
TELEFÓNICA REINO UNIDO						
Tráfico (millones de minutos)	15.076	13.500	13.139	12.920	12.690	(15,8)
ARPU (EUR)	25,2	24,2	22,6	23,1	22,9	(9,5)
Prepago	12,0	10,8	10,1	10,1	10,1	(15,8)
Contrato	40,0	39,0	36,1	37,0	36,2	(9,7)
ARPU de datos (EUR)	10,4	10,5	10,3	10,6	10,7	2,2
% Ingresos no-SMS s/ing datos	33,5%	37,6%	40,2%	41,7%	42,3%	8,8 p.p.
TELEFÓNICA ALEMANIA						
Tráfico (millones de minutos)	6.729	6.859	7.018	6.907	7.208	7,1
ARPU (EUR)	14,5	13,1	13,6	14,0	13,8	(5,2)
Prepago	6,6	5,4	5,7	5,8	5,8	(12,0)
Contrato	23,0	21,3	21,8	22,5	21,8	(5,3)
ARPU de datos (EUR)	5,2	5,2	5,6	5,8	5,9	12,1
% Ingresos no-SMS s/ing datos	43,6%	47,5%	50,2%	51,6%	52,0%	8,4 p.p.
TELEFÓNICA IRLANDA						
Tráfico (millones de minutos)	1.213	1.117	1.140	1.088	1.048	(13,5)
ARPU (EUR)	36,6	34,4	34,0	32,5	31,3	(14,4)
Prepago	24,3	20,1	22,4	21,6	21,1	(13,3)
Contrato	53,1	53,0	48,5	45,9	43,4	(18,2)
ARPU de datos (EUR)	12,5	14,3	13,0	13,0	13,0	3,8
% Ingresos no-SMS s/ing datos	37,7%	37,4%	43,0%	44,7%	42,9%	5,2 p.p.
TELEFÓNICA REP. CHECA ⁽¹⁾						
Tráfico (millones de minutos)	2.233	2.159	2.274	2.213	2.310	3,5
ARPU (EUR)	18,8	17,4	17,6	17,4	16,5	(10,1)
Prepago	8,6	7,5	7,8	7,7	7,3	(13,0)
Contrato	26,0	24,2	24,1	23,6	22,3	(12,4)
ARPU de datos (EUR)	5,0	4,7	4,7	4,9	4,7	(3,3)
% Ingresos no-SMS s/ing datos	44,8%	45,5%	44,7%	45,3%	45,5%	0,7 p.p.

1 KPIs del negocio móvil de la República Checa no incluyen Eslovaquia.

Notas:

- 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.
- ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

Telefónica Europa. Datos operativos acumulados de las operadoras móviles por país

Datos no auditados	2010	2011				% Var M Local
	Ene-Dic	Ene-Mar	Ene-Jun	Ene-Sept	Ene-Dic	
TELEFÓNICA REINO UNIDO						
Tráfico (millones de minutos)	58.143	13.500	26.639	39.560	52.250	(10,1)
ARPU (EUR)	25,1	24,2	23,4	23,3	23,2	(6,6)
Prepago	11,8	10,8	10,5	10,3	10,3	(11,4)
Contrato	40,6	39,0	37,5	37,4	37,1	(7,6)
ARPU de datos (EUR)	10,1	10,5	10,4	10,5	10,5	5,1
% Ingresos no-SMS s/ing datos	32,8%	37,6%	38,9%	39,8%	40,5%	7,7 p.p.
TELEFÓNICA ALEMANIA						
Tráfico (millones de minutos)	25.543	6.859	13.877	20.785	27.993	9,6
ARPU (EUR)	14,8	13,1	13,4	13,6	13,6	(7,8)
Prepago	6,1	5,4	5,6	5,7	5,7	(7,0)
Contrato	23,8	21,3	21,5	21,9	21,9	(8,4)
ARPU de datos (EUR)	5,0	5,2	5,4	5,5	5,6	13,2
% Ingresos no-SMS s/ing datos	41,9%	47,5%	48,9%	49,8%	50,4%	8,5 p.p.
TELEFÓNICA IRLANDA						
Tráfico (millones de minutos)	4.732	1.117	2.257	3.345	4.394	(7,1)
ARPU (EUR)	37,0	34,4	34,2	33,6	33,1	(10,7)
Prepago	24,3	20,1	21,3	21,4	21,3	(12,4)
Contrato	54,7	53,0	50,8	49,1	47,7	(12,9)
ARPU de datos (EUR)	12,3	14,3	13,7	13,5	13,4	8,9
% Ingresos no-SMS s/ing datos	38,2%	37,4%	40,1%	41,6%	41,9%	3,7 p.p.
TELEFÓNICA REP. CHECA ⁽¹⁾						
Tráfico (millones de minutos)	8.790	2.159	4.433	6.645	8.956	1,9
ARPU (EUR)	18,5	17,4	17,5	17,5	17,2	(9,6)
Prepago	8,1	7,5	7,6	7,7	7,6	(9,5)
Contrato	26,1	24,2	24,1	23,9	23,5	(12,5)
ARPU de datos (EUR)	4,8	4,7	4,7	4,8	4,8	(2,4)
% Ingresos no-SMS s/ing datos	44,7%	45,5%	45,1%	45,2%	45,3%	0,6 p.p.

1 KPIs del negocio celular de la República Checa no incluyen Eslovaquia.

Notas:

- ARPU calculado como la media mensual de cada período.
- 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, OMTs, interconexión de terceros y otras líneas de negocio). Volumen de tráfico sin redondeo.

Telefónica Europa. Datos financieros seleccionados por país

Datos no auditados (Miles de euros)

	Enero-Diciembre			
	2011	2010	% Var	% Var M Local
TELEFÓNICA REINO UNIDO				
Importe neto de la cifra de negocios	6.926	7.201	(3,8)	(2,7)
Ingresos de servicio	6.198	6.513	(4,8)	(3,7)
OIBDA ⁽¹⁾	1.836	1.830	0,3	1,5
Margen OIBDA	26,5%	25,4%	1,1 p.p.	
CapEx	732	717	2,1	3,3
OpCF (OIBDA-CapEx)	1.104	1.113	(0,8)	0,3
TELEFÓNICA ALEMANIA				
Importe neto de la cifra de negocios	5.035	4.826	4,3	4,3
Ingresos de servicio	2.946	2.932	0,5	0,5
OIBDA ⁽²⁾	1.219	944	29,1	29,1
Margen OIBDA	24,2%	19,6%	4,7 p.p.	
CapEx ⁽³⁾	558	2.057	(72,9)	(72,9)
OpCF (OIBDA-CapEx)	662	(1.113)	c.s.	c.s.
TELEFÓNICA IRLANDA				
Importe neto de la cifra de negocios	723	848	(14,7)	(14,7)
Ingresos de servicio	677	779	(13,1)	(13,1)
OIBDA	206	275	(25,0)	(25,0)
Margen OIBDA	28,5%	32,4%	(3,9 p.p.)	
CapEx	61	60	1,4	1,4
OpCF (OIBDA-CapEx)	145	214	(32,5)	(32,5)
TELEFÓNICA REP. CHECA ⁽⁴⁾				
Importe neto de la cifra de negocios	2.130	2.197	(3,0)	n.c.
Ingresos de servicio	995	1.078	(7,6)	n.c.
OIBDA	931	953	(2,3)	n.c.
Margen OIBDA	43,7%	43,4%	0,3 p.p.	
CapEx	229	224	2,1	n.c.
OpCF (OIBDA-CapEx)	702	729	(3,7)	n.c.

1 OIBDA impactado por unos gastos de reestructuración de 72 millones de euros en el cuarto trimestre del 2010.

2 OIBDA impactado por unos gastos de reestructuración de 202 millones de euros en el tercer trimestre del 2010.

3 El CapEx incluye 1.379 millones de euros por la adquisición de espectro en el segundo trimestre de 2010.

4 Incluye Eslovaquia, excepto en ingresos de servicio.

Notas:

- OIBDA antes de gastos de gerenciamiento y de marca.
- HanseNet ha entrado a formar parte del perímetro de consolidación de T. Alemania desde mediados de febrero de 2010.

Resultados por unidades de negocio

Otras Sociedades

Atento⁽¹⁾

En el año 2011 los ingresos de **Atento** ascienden a 1.802 millones de euros, con un crecimiento del 8,4% interanual (+9,4% en términos orgánicos). En el cuarto trimestre los ingresos aumentan un 1,1% interanual, reflejando fundamentalmente el menor volumen de negocio en Brasil.

Los ingresos de clientes multisector, clientes externos a Telefónica, mantienen su peso en los ingresos de Atento en un 50%, igual que en 2010, y aumentan un 8,8% interanual en el año 2011.

Por zonas geográficas, Brasil representa el 54% de los ingresos, en línea con el año anterior, la región Américas un 31% (30% en 2010) y la región EMEA un 16%, manteniendo su contribución.

Los ingresos del negocio deslocalizado, que representan el 6% de los ingresos de Atento (7% en 2010), se reducen un 1,3% interanualmente.

El **resultado operativo (OI)** alcanza 101 millones de euros en 2011 (-30,2% interanual reportado; -28,6% en términos orgánicos). En el cuarto trimestre el OI desciende un 80,6% interanual, impactado por el menor crecimiento de los ingresos y fundamentalmente por la contabilización de gastos no recurrentes de 23 millones de euros asociados a reestructuración de plantilla y depreciación del inmovilizado inmaterial.

El **margen de explotación (OI)** en 2011 se sitúa en el 5,6% (8,7% en 2010) y está impactado por los efectos anteriormente mencionados.

El **CapEx** de 2011 asciende a 122 millones de euros, con un crecimiento interanual del 38,5% (+39,4% en términos orgánicos).

A cierre de 2011, Atento cuenta con 156.734 empleados (+3,2% frente a 2010).

1 Crecimiento orgánico asume tipos de cambio promedio constantes del mismo periodo de 2010 y excluye los impactos derivados de los ajustes por hiperinflación en ambos ejercicios.

NOTA:

- La región Américas incluye México, Argentina, Perú, Venezuela, Colombia, Chile, Centroamérica, Puerto Rico y EE.UU. EMEA incluye España, República Checa y Marruecos. Por su elevado volumen de negocio, Brasil se considera como una región.

Atento. Resultados consolidados

	Enero-Diciembre		
	2011	2010	% Var
Datos no auditados (Millones de euros)			
Importe neto de la cifra de negocios	1.802	1.663	8,4
Gastos por operaciones	(1.633)	(1.475)	10,7
Aprovisionamientos	(98)	(97)	0,8
Gastos de personal	(1.277)	(1.151)	11,0
Servicios exteriores	(248)	(220)	12,9
Variación de provisiones de tráfico	(2)	(1)	87,1
Tributos	(7)	(6)	24,9
Otros ingresos (gastos) netos	2	2	21,9
Resultado de enajenación de activos	(4)	(0)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	161	190	(15,0)
Margen OIBDA	9,0%	11,4%	(2,5 p.p.)
Amortizaciones de inmovilizado	(60)	(45)	34,4
Resultado operativo (OI)	101	145	(30,2)
Margen OI	5,6%	8,7%	(3,1 p.p.)

Nota:

Los datos de 2010 y 2011 incluyen los ajustes por hiperinflación en Venezuela en ambos ejercicios.

Atento, en las regiones donde presta servicios a sus clientes, alquila los edificios y equipos en lugar de comprarlos como el resto de sus competidores. Por ello, el OIBDA y los gastos operativos de Atento están afectados negativamente cuando se compara frente a sus competidores, mientras que la depreciación se ve impactada positivamente. Por esta razón, el OI es la métrica a seguir más comparable.

Anexos

Participaciones más significativas del Grupo Telefónica, detallado por unidades de negocio

Telefónica España

	% Part
Telefónica de España	100,0
Telefónica Móviles España	100,0
Telyco	100,0
Telefónica Telecomunic. Públicas	100,0
T. Soluciones de Informática y Comunicaciones de España	100,0
Acens Technologies	100,0
Iberbanda	100,0
Tuenti	91,4

Telefónica Europa

	% Part
Telefónica Reino Unido	100,0
Telefónica Alemania	100,0
Telefónica Irlanda	100,0
Be	100,0
T. Intm. Wholesale Serv. (TIWS)	100,0
Jajah	100,0
Telefónica República Checa ⁽¹⁾	69,4
Tesco Mobile	50,0

1 Incluye el 100% de Telefónica Eslovaquia.

Telefónica Latinoamérica

	% Part
Telefónica Móviles Perú	100,0
Telefónica de Argentina	100,0
Telefónica Móviles Argentina	100,0
Telefónica Móviles Chile	100,0
Telefónica Móviles México	100,0
Telefónica Móviles Guatemala	100,0
Telefónica Venezolana	100,0
Telefónica Móviles Colombia	100,0
Otecel	100,0
Telefónica Móviles Panamá	100,0
Telefónica Móviles Uruguay	100,0
Telefónica Celular Nicaragua	100,0
Telefónica Costa Rica	100,0
Telefónica Móviles El Salvador	99,2
Telefónica del Perú	98,3
Telefónica Chile	97,9
Telefónica Brasil ⁽¹⁾	73,9
Telefónica Telecom	52,0

1 Incluye el 100% de Vivo.

Otras participaciones

	% Part
Atento	100,0
Telefónica de Contenidos	100,0
Telco SpA ⁽¹⁾	46,2
DTS, Distribuidora de Televisión Digital	22,0
Hispasat	13,2
China Unicom	9,6
Amper	5,8
ZON Multimedia ⁽²⁾	5,3
Portugal Telecom	2,0
BBVA	0,9

1 Telefónica posee una participación indirecta en el capital ordinario (con derecho a voto) de Telecom Italia a través de Telco de, aproximadamente, un 10,46%. 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 7,19%.

2 Porcentaje efectivo de Telefónica. Sin considerar los intereses minoritarios, el porcentaje de participación de Telefónica sería del 5,37%.

Cambios en el Perímetro

Durante el ejercicio 2011 cabe destacar las siguientes variaciones en el perímetro de consolidación:

- ↳ Conforme al Acuerdo de Alianza Estratégica suscrito por Telefónica, S.A. y China Unicom el 23 de enero de 2011, Telefónica, S.A. ha incrementado su porcentaje de participación en China Unicom en aproximadamente un 1,2%, por 501 millones de dólares, situándose éste al final del ejercicio en un 9,6%. La sociedad continúa incorporándose al perímetro de consolidación de Telefónica por el procedimiento de puesta en equivalencia.
- ↳ En el mes de febrero se incorporó al perímetro de consolidación de Telefónica por el método de integración global, la sociedad costarricense Telefónica Costa Rica TC, S.A. tras desembolsar Telefónica, S.A. 2,2 millones de dólares estadounidenses correspondientes al 100% de su capital social inicial.
- ↳ Tras ser aprobado el 25 de marzo por los Consejos de Administración de las sociedades brasileñas Telecomunicações de São Paulo, S.A. ("Telesp") y Vivo Participações S.A. ("Vivo Part."), la primera adquirió la totalidad de las acciones de la segunda mediante una ampliación de capital con ecuación de canje de 1,55 acciones nuevas de Telesp por cada acción de Vivo Part. Asimismo, Telefónica alcanzó una participación accionarial directa e indirecta sobre la sociedad Telesp del 73,9% del capital social. Ambas sociedades se mantienen en el perímetro de consolidación de Telefónica por el método de integración global. En el mes de octubre, la sociedad Telesp cambió su denominación social por el de Telefónica Brasil, S.A.
- ↳ En el mes de abril se constituyó la sociedad española Wayra Investigación y Desarrollo, S.L. sociedad que tiene como objeto identificar talento en España y Latinoamérica en el campo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e impulsarlo en su desarrollo a través de un apoyo integral, dotando a los emprendedores de las herramientas y financiación necesaria. La sociedad se ha incorporado al perímetro de consolidación de Telefónica por el método de integración global.

Asimismo y a lo largo del ejercicio, se han creado sociedades Wayra en Perú, Venezuela, México, Argentina y Colombia. Todas ellas se han incorporado al perímetro de consolidación de Telefónica por el método de integración global.

- ↳ En el primer semestre del ejercicio actual y con efectos 1 de enero de 2011, la sociedad Telesp pasó a incluir las empresas GTR Participações e Empreendimentos S.A., TVA Sul Paraná S.A., Lemontree S.A. e Comercial Cabo TV São Paulo S.A. en sus estados financieros consolidados por el método de integración global. Hasta el año anterior, estas empresas fueron incluidas en los estados financieros consolidados de la Compañía por el procedimiento de puesta en equivalencia.
- ↳ El 7 de junio de 2011, Telefónica formalizó la adquisición del 100% de la compañía Acens Technologies, S.L., sociedad referente de servicios de "hosting/housing" en España para pequeñas y medianas empresas. La contraprestación pagada por la adquisición ascendió a 55 millones de euros, aproximadamente. La sociedad se ha incorporado al perímetro de consolidación de Telefónica por el método de integración global.
- ↳ En el mes de agosto, Telefónica de España, S.A.U. incrementó su participación en la sociedad española Iberbanda, S.A. desde el 51% que poseía hasta el 100% actual. La sociedad continúa incorporándose al perímetro de consolidación de Telefónica por el método de integración global.

Política de gestión de riesgos



a) Instrumentos financieros derivados

Durante el ejercicio 2011 se ha continuado con la política de utilización de instrumentos derivados destinados por una parte, a la limitación de riesgos en las posiciones no cubiertas, tanto de tipo de interés como de cambio; y por otra, a la adecuación de la estructura de la deuda a las condiciones de mercado.

A 31 de diciembre de 2011, el volumen total vivo de operaciones de derivados es de 141.155 millones de euros (102.008 millones de euros en 2010), de los que 119.772 millones de euros corresponden a riesgo de tipo de interés y 21.383 millones de euros a riesgo de tipo de cambio. En 2010, existían 81.470 millones de euros correspondientes a riesgo de tipo de interés y 20.538 millones de euros correspondientes a riesgo de tipo de cambio.

Cabe destacar que, a 31 de diciembre de 2011, Telefónica, S.A. no tiene contratada ninguna operación con entidades financieras cuyo objetivo final sea cubrir el riesgo de tipo de interés para otras sociedades del Grupo Telefónica, si bien tiene contratadas operaciones por importe de 696 millones de euros para cubrir riesgos de tipo de cambio para otras entidades del Grupo. En 2010, el importe de las operaciones contratadas de estas características ascendía a 38 millones de euros de tipo de interés y 987 millones de euros de tipo de cambio. Estas operaciones externas tienen como contrapartida operaciones de cobertura intragrupo con idénticas condiciones y vencimientos, contratadas entre Telefónica, S.A. y las sociedades del Grupo, por lo que no suponen riesgo para la Sociedad. Los derivados externos sin contrapartida con empresas del Grupo obedecen a operaciones de cobertura de inversión o de futuras adquisiciones que por su propia naturaleza no pueden ser traspasadas y/o a operaciones de cobertura de financiación de Telefónica, S.A., como sociedad matriz del Grupo Telefónica, y que son traspasadas a las filiales del Grupo vía financiación y no vía operación de derivado.

El desglose de los derivados de tipo de interés y de tipo de cambio de Telefónica, S.A. a 31 de diciembre de 2011, así como sus importes nominales a dicha fecha y el calendario esperado de vencimientos es el siguiente:

Ejercicio 2011

Millones de euros	Telefónica recibe			Telefónica paga	
Tipo de riesgo	Contravalor Euros	Valor	Divisa	Valor	Divisa
Swaps de tipo de interés en euros	92.082				
De fijo a fijo	2.078	2.078	EUR	2.078	EUR
De fijo a flotante	21.812	21.812	EUR	21.812	EUR
De flotante a fijo	63.977	63.977	EUR	63.977	EUR
De variable a variable	4.215	4.215	EUR	4.215	EUR
Swaps de tipo de interés en divisas	19.971				
De fijo a flotante					
GBP/GBP	2.412	2.015	GBP	2.015	GBP
JPY/JPY	220	22.000	JPY	22.000	JPY
USD/USD	14.385	18.612	USD	18.612	USD
De flotante a fijo					
GBP/GBP	909	760	GBP	760	GBP
USD/USD	2.045	2.446	USD	2.446	USD
Swaps de tipo de cambio	12.422				
De fijo a fijo					
EUR/BRL	331	318	EUR	804	BRL
EUR/CLP	131	112	EUR	87.800	CLP
EUR/CZK	606	631	EUR	15.641	CZK
Fijo Variable					
MAD/EUR	88	1.000	MAD	88	EUR
JPY/EUR	95	15.000	JPY	95	EUR
Variable Fijo					
EUR/MAD	90	90	EUR	1.000	MAD
Variable Variable					
EUR/CZK	319	322	EUR	8.228	CZK
EUR/GBP	484	588	EUR	405	GBP
JPY/EUR	244	37.000	JPY	244	EUR
USD/EUR	10.034	13.482	USD	10.034	EUR
Forwards	6.820				
ARS/USD	-	2	ARS	1	USD
CLP/EUR	147	101.490	CLP	147	EUR
CZK/EUR	5	125	CZK	5	EUR
EUR/BRL	18	17	EUR	44	BRL
EUR/CZK	556	567	EUR	14.335	CZK
EUR/GBP	941	933	EUR	786	GBP
EUR/MXN	2	2	EUR	35	MXN
EUR/USD	1.690	1.625	EUR	2.186	USD
GBP/EUR	2.447	2.094	GBP	2.447	EUR
GBP/USD	17	14	GBP	22	USD
USD/ARS	1	1	USD	6	ARS
USD/BRL	168	224	USD	408	BRL
USD/CLP	11	14	USD	7.183	CLP
USD/COP	1	1	USD	2.756	COP
USD/EUR	763	1.014	USD	763	EUR
USD/GBP	53	69	USD	44	GBP
USD/PEN	-	-	USD	1	PEN
Spot	1				
MXN/EUR	1	17	MXN	1	EUR
USD/EUR	-	-	USD	-	EUR
Subtotal	131.296				

Millones de euros Nacionales de Estructura con Opciones	Contravalor en euros	Nocional	Divisa
Opciones de tipo interés	7.719		
Swaptions	850	850	EUR
Caps&Floors	6.869	6.869	EUR
USD	54	69	USD
EUR	4.900	4.900	EUR
GBP	1.915	2.293	GBP
Opciones de tipo de cambio	2.140		
USD/EUR	2.140	2.769	USD
Subtotal	9.859		
TOTAL	141.155		

La distribución por vida media es la siguiente:

Millones de euros Subyacente cubierto	Nocional	Hasta 1 año	De 1 a 3 años	De 3 a 5 años	Más de 5 años
Con subyacente					
Pagarés	536	56	280	-	200
Préstamos	37.993	22.567	1.794	3.430	10.202
En moneda nacional	33.911	21.447	1.400	2.950	8.114
En moneda extranjera	4.082	1.120	394	480	2.088
Obligaciones y bonos MtN	80.299	16.439	13.181	23.220	27.459
En moneda nacional	34.446	7.014	7.951	9.145	10.336
En moneda extranjera	45.853	9.425	5.230	14.075	17.123
Otros subyacentes*	22.327	8.979	5.343	2.499	5.506
Swaps	10.767	1.045	4.871	1.999	2.852
Swaptions	850	850	-	-	-
Opciones de tipo de cambio	2.140	283	138	160	1.559
Forward	6.820	6.801	19	-	-
IRS	1.750	-	315	340	1.095
Total	141.155	48.041	20.598	29.149	43.367

(*) Estas operaciones en su mayoría están asociadas a coberturas económicas de inversión, activos y pasivos en filiales, y provisiones por los planes de reestructuración.

El desglose de los derivados de Telefónica, S.A. en el ejercicio 2010, así como sus importes nacionales a dicha fecha y el calendario esperado de vencimientos era el siguiente:

Ejercicio 2010

		Telefónica recibe		Telefónica paga	
Millones de euros					
Tipo de riesgo	Contravalor Euros	Valor	Divisa	Valor	Divisa
Swaps de tipo de interés en euros	56.424				
De fijo a fijo	55	55	EUR	55	EUR
De fijo a flotante	18.290	18.290	EUR	18.290	EUR
De flotante a fijo	37.987	37.984	EUR	37.984	EUR
De flotante a flotante	92	92	EUR	92	EUR
Swaps de tipo de interés en divisas	17.325				
De fijo a flotante	14.261				
GBP/GBP	1.801	1.550	GBP	1.550	GBP
JPY/JPY	138	15.000	JPY	15.000	JPY
USD/USD	12.322	16.465	USD	16.465	USD
De flotante a fijo	3.064	-		-	
GBP/GBP	1.098	945	GBP	945	GBP
USD/USD	1.966	2.628	USD	2.628	USD
Swaps de tipo de cambio	11.122				
De fijo a fijo	621				
EUR/BRL	129	107	EUR	288	BRL
EUR/CLP	140	112	EUR	87.800	CLP
EUR/CZK	352	352	EUR	8.818	CZK
FijoVariable	183				
JPY/EUR	95	15.000	JPY	95	EUR
MAD/EUR	88	1.000	MAD	88	EUR
Variable Fijo	143				
EUR/MAD	89	90	EUR	1.000	MAD
USD/ARS	54	90	USD	285	ARS
VariableVariable	10.175				
EUR/CZK	328	322	EUR	8.228	CZK
EUR/GBP	1.098	1.373	EUR	945	GBP
JPY/EUR	178	30.000	JPY	178	EUR
USD/EUR	8.571	11.395	USD	8.570	EUR
Forwards	7.375				
EUR/BRL	12	11	EUR	27	BRL
EUR/CZK	697	705	EUR	17.457	CZK
EUR/GBP	961	984	EUR	828	GBP
EUR/MXN	2	2	EUR	36	MXN
EUR/USD	1.576	1.571	EUR	2.106	USD
GBP/EUR	2.247	1.927	GBP	2.246	EUR
GBP/USD	26	23	GBP	35	USD
USD/BRL	144	185	USD	320	BRL
USD/CLP	-	1	USD	274	CLP
USD/COP	-	-	USD	246	COP
USD/EUR	818	1.094	USD	818	EUR
USD/GBP	70	94	USD	60	GBP
USD/MXN	548	727	USD	9.039	MXN
MXN/USD	274	4.519	MXN	366	USD
Spot	1				
MXN/EUR	1	23	MXN	1	EUR
Subtotal	92.247				

Millones de euros Nacionales de Estructura con Opciones	Contravalor en euros	Nocional	Divisa
Opciones de tipo interés Caps & Floors	7.721		
USD	62	83	USD
EUR	5.800	5.800	EUR
GBP	1.859	1.600	GBP
Opciones de tipo de cambio	2.040		
USD/EUR	2.040	2.725	USD
Subtotal	9.761		
TOTAL	102.008		

La distribución por vida media es la siguiente:

Millones de euros Subyacente cubierto	Nocional	Hasta 1 año	De 1 a 3 años	De 3 a 5 años	Más de 5 años
Con subyacente					
Pagarés	587	51	56	280	200
Préstamos	26.170	11.469	6.350	2.586	5.765
En moneda nacional	23.485	11.394	5.177	2.400	4.514
En moneda extranjera	2.685	75	1.173	186	1.251
Obligaciones y bonos MtM	55.231	10.662	5.423	11.195	27.951
En moneda nacional	22.080	4.666	2.092	6.791	8.531
En moneda extranjera	33.151	5.996	3.331	4.404	19.420
Sin subyacente*	20.020	8.795	3.212	3.685	4.328
Swaps	10.615	1.297	3.024	3.524	2.770
Spots	1	1	-	-	-
Opciones de tipo de cambio	2.040	183	138	161	1.558
Forward	7.364	7.314	50	-	-
Total	102.008	30.977	15.041	17.746	38.244

(*) Estas operaciones en su mayoría están asociadas a coberturas económicas de inversión, activos y pasivos en filiales, y provisiones por los planes de reestructuración.

Las obligaciones y bonos cubiertos corresponden tanto a las emitidas por Telefónica, S.A. como a los préstamos intragrupo que reproducen las condiciones de las emisiones de Telefónica Europe, B.V. y Telefónica Emisiones, S.A.U.

El valor razonable de la cartera de derivados de Telefónica, S.A. a 31 de diciembre de 2011, con contrapartidas externas, asciende a un activo neto de 2.229 millones de euros (1.626 millones de euros de activo neto en 2010).

b) Política de gestión de riesgos

Telefónica, S.A. 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 del Grupo 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 la República Checa), 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 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, S.A. 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, S.A. especialmente en Latinoamérica.

Telefónica, S.A. 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 pérdidas y ganancias, y de las inversiones. De esta forma, se pretende proteger la solvencia de Telefónica 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 caja y equivalentes de caja, 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 deberían ser consideradas como alternativas a la deuda financiera bruta (suma de la deuda financiera a corto y a largo plazo) como una medida de liquidez.

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 depreciaciones 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 2011, la deuda neta en divisas latinoamericanas era equivalente a, aproximadamente, 7.953 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 objetivo 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. Por ello se recurre en ocasiones al 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.

El fin de Telefónica es mantener la misma proporción en el ratio de deuda neta en libras a OIBDA que en 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 y la corona checa. Es similar al descrito para la inversión en Reino Unido, donde la cantidad de deuda denominada en coronas checas es proporcional al OIBDA de la unidad de negocio "Telefónica Europa" en la República Checa. Así, a 31 de diciembre de 2011, la Sociedad tiene posiciones netas deudoras denominadas en coronas checas por un importe tal que el ratio de la deuda neta en coronas checas respecto al OIBDA se sitúa en 1,7 (1,6 veces en 2010) en términos consolidados y 2,55 (2,3 veces en 2010) en términos proporcionales, actualmente inferior a ambos al ratio deuda neta OIBDA para el Grupo Telefónica en 2011.

Asimismo, Telefónica gestiona el riesgo de cambio buscando minimizar los impactos negativos sobre cualquier exposición al riesgo de cambio en la cuenta de pérdidas y ganancias, 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.

Debido a que la exposición directa de Telefónica se ve compensada con posiciones mantenidas en las filiales, la Sociedad analiza su exposición al riesgo de divisa a nivel de Grupo. 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 2012 la posición en divisa con impacto en cuenta de pérdidas y ganancias existente al cierre de 2011 y las divisas Latam se depreciaran respecto al dólar y el resto de divisas respecto al euro un 10%, Telefónica estima que el impacto consolidado en cuenta de pérdidas y ganancias por pérdidas o ganancias por tipo de cambio contabilizado para 2012 sería de negativo por importe de 111 millones de euros. A efectos de Telefónica, S.A., considerando únicamente las operaciones financieras con contrapartes externas, esta misma variación supondría un menor gasto financiero de 89 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 2011, los tipos de corto plazo con mayor volumen de deuda 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. La Sociedad gestiona su exposición a tipos de interés por medio de la contratación de instrumentos financieros derivados, principalmente swaps y opciones de tipos de interés.

Telefónica analiza su exposición al riesgo de tipo de interés a nivel de Grupo Telefónica. La tabla adjunta da una idea de la sensibilidad de los costes financieros y del balance a la variación de los tipos de interés a nivel del Grupo y Telefónica S.A.

Para el cálculo de la sensibilidad en la cuenta de pérdidas y ganancias se ha supuesto, por un lado, un incremento en 100 puntos básicos en los tipos de interés en todas las divisas donde tenemos una posición financiera a 31 de diciembre de 2011, y un decremento de 100 puntos en todas las divisas excepto en el dólar estadounidense y la libra esterlina de cara a evitar tipos negativos. Y por otro lado, una posición constante equivalente a la posición de cierre del año.

Para el cálculo de la sensibilidad en patrimonio por variación de los tipos de interés se ha supuesto por un lado un incremento en 100 puntos básicos en los tipos de interés en todas las divisas y en todos los plazos donde tenemos una posición financiera a 31 de diciembre de 2011, y un decremento de 100 puntos en todas las divisas y todos los plazos. Por otro lado, sólo se ha considerado las posiciones con cobertura de flujos de efectivo pues son, fundamentalmente, las únicas posiciones cuya variación de valor de mercado por movimiento de tipo de interés se registra en patrimonio.

Riesgo de precio de acciones

El Grupo Telefónica está expuesto 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.

	Impacto en Resultado Consolidado (*)	Impacto PyG Telefónica SA individual (*)	Impacto en Patrimonio Consolidado	Impacto en Patrimonio Telefónica SA individual
+100pb	(141)	(32)	779	779
-100pb	147	39	(849)	(849)

(*) El impacto en resultados de 100 pb en todas las divisas excepto en la libra esterlina y el dólar.

Según se establece en el Plan de Opciones sobre Acciones de Telefónica, S.A. – Performance Share Plan (PSP) y en el Performance & Investment Plan (PIP) (véase Nota 19), la procedencia de las acciones a entregar a los empleados puede ser acciones de Telefónica, S.A. en autocartera que hayan adquirido o adquieran, tanto la propia Telefónica, S.A. como cualesquiera de las sociedades de su Grupo, o acciones de nueva emisión. La posibilidad de entregar acciones a los beneficiarios del plan 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 estos planes, Telefónica ha adquirido instrumentos financieros que reproducen el perfil de riesgo de las acciones, los cuales se describen en la Nota 19.

Durante el año 2010 se puso en marcha el plan global de compra incentivada de acciones aprobado en la Junta General Ordinaria de Accionistas de 2009. El coste del mismo no excederá de 50 millones de euros, según lo acordado en la mencionada Junta General Ordinaria de Accionistas (*véase mayor detalle en la Nota 19*).

Asimismo, parte de las acciones de Telefónica, S.A. en cartera al cierre del ejercicio podrán destinarse a la cobertura del PSP o del PIP. El valor de liquidación de las acciones en autocartera podría verse modificado al alza o a la baja en función de las variaciones del precio de la acción de Telefónica.

Riesgo de liquidez

El Grupo 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 del Grupo 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, 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. El Grupo 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.

Riesgo país

Para gestionar o mitigar el riesgo país, el Grupo 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 del Grupo Telefónica, de modo que una eventual pérdida de los activos fuera acompañada de una reducción de los pasivos.
2. Repatriar aquellos fondos generados en Latinoamérica no necesarios para acometer nuevas oportunidades de desarrollo rentable del negocio en la región.

Riesgo de crédito

En general, el Grupo Telefónica opera en derivados con contrapartidas de alta calidad crediticia. Así, Telefónica, S.A. opera generalmente con entidades de crédito cuyo rating aplicable a su "Deuda Senior" está por lo menos en el rango A. En España, donde reside la mayor cartera de derivados del Grupo, existen acuerdos de "netting" con las entidades financieras, de forma que se pueden compensar en caso de quiebra, posiciones deudoras y acreedoras, siendo el riesgo sólo por la posición neta. Adicionalmente, después de la quiebra de Lehman, la calificación crediticia de las agencias de rating se ha mostrado menos efectiva como herramienta de gestión del riesgo crediticio. Por ello, se ha complementado dicho rating mínimo con el CDS (Credit Default Swap) de las entidades de crédito a 5 años. Así pues, se monitoriza en todo momento el CDS del universo de contrapartidas con las que opera el Grupo Telefónica, S.A. de cara a evaluar el CDS máximo admisible para operar en dicho momento, operando generalmente sólo con aquellas cuyo CDS no supere dicho umbral.

Para otras filiales, en especial para las de Latinoamérica, dado que el rating soberano establece un techo y este es inferior al A, se opera con entidades financieras locales cuyo rating para los estándares locales es considerado de muy alta calidad crediticia.

Asimismo, respecto al riesgo crediticio de las partidas de efectivo y equivalentes de efectivo, el Grupo Telefónica coloca sus excedentes de Tesorería en activos del mercado monetario de alta calidad crediticia y máxima liquidez. Dichas colocaciones están reguladas por un Marco General que se revisa anualmente. Las contrapartidas se seleccionan basándose en los criterios de liquidez, solvencia y diversificación, en función de las condiciones de mercado y de los países en los que el Grupo opera. En dicho Marco General se establecen (i) los importes máximos a invertir por contrapartida dependiendo del rating (calificación crediticia a largo plazo) de la misma, (ii) el plazo máximo al que realizar las inversiones fijado en 180 días y (iii) los instrumentos en los que se autoriza colocar excedentes (instrumentos money market).

La gestión del riesgo de crédito comercial en Telefónica se configura como uno de los elementos esenciales para contribuir a los objetivos de crecimiento sostenible del negocio y de la base de clientes, de forma coherente con el Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos.

Esta gestión se fundamenta en una evaluación constante del riesgo asumido y de los recursos necesarios, de manera que se optimice la relación rentabilidad-riesgo en sus operaciones. Se evalúan especialmente todos aquellos clientes que puedan generar un impacto material en los estados financieros consolidados del Grupo; para los cuales, dependiendo del segmento y el tipo de relación, se requieren instrumentos de cobertura o colaterales para mitigar la exposición crediticia.

En todas las empresas del Grupo se establecen políticas, circuitos de autorización y prácticas de gestión homogéneas, teniendo en cuenta las particularidades de cada mercado y las mejores prácticas internacionales, e incorporando este modelo de gestión del riesgo de crédito comercial en los procesos de decisión del Grupo, tanto a nivel estratégico como, especialmente, en los operativos del día a día donde la valoración del riesgo orienta la oferta comercial disponible para los diferentes perfiles crediticios.

La exposición máxima al riesgo de crédito mantenida por Telefónica está principalmente representada por el valor en libros de los activos (véanse Notas 8 y 9), así como por las garantías prestadas por Telefónica.

Telefónica, S.A. otorga avales operativos concedidos por contrapartidas externas que se enmarcan dentro del desarrollo de su actividad comercial normal. A 31 de diciembre de 2011, estos avales han ascendido a aproximadamente 239 millones de euros.

Gestión del capital

La dirección financiera de Telefónica, responsable de la gestión del capital de la Compañía, considera varios argumentos para la determinación de la estructura de capital de la misma, 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 nivel de deuda financiera neta inferior, en el medio plazo, a 2,35 veces el OIBDA (excluyendo factores que pudieran tener un carácter no recurrente o de excepcionalidad) permitiendo obtener y mantener la calificación crediticia deseada en el medio plazo y con la que el Grupo 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 del Grupo Telefónica, tales como el riesgo país en su acepción amplia, o la volatilidad en la generación de la caja.

Política de derivados

La política seguida en la utilización de derivados ha puesto énfasis en los siguientes puntos:

- ⇒ Existencia de subyacente claramente identificado, sobre el que se aplica el derivado.
- ⇒ Ajuste entre el subyacente y uno de los lados del derivado.
- ⇒ Coincidencia entre la empresa que contrata el derivado y la empresa que tiene el subyacente.
- ⇒ Capacidad de valoración del derivado a valor razonable, mediante los sistemas de cálculo de valor disponibles en Telefónica.
- ⇒ Venta de opciones sólo cuando existe una exposición subyacente.
- ⇒ Contabilidad de cobertura.

La tipología de las coberturas puede ser:

- ⇒ De valor razonable.
- ⇒ De flujos de efectivo, pudiendo ser para cualquier valor del riesgo a cubrir (tipos de interés y tipo de cambio principalmente) o bien por un rango acotado del mismo a través de opciones.
- ⇒ De inversión neta asociada a filiales extranjeras.

Las coberturas podrán estar formadas por un conjunto de diferentes derivados. La gestión de las coberturas contables no tendrá por qué ser estática, con relación de cobertura invariable hasta el vencimiento de la cobertura. Las relaciones de cobertura podrán 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 podrá 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, bien por un cambio en la visión de los mercados. Los derivados incluidos en esas coberturas podrán 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, la Compañía 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 Corporativas de Telefónica, la cual 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.

La pérdida registrada durante el ejercicio 2011 debido a la parte ineficaz de las coberturas de flujos de efectivo ha ascendido a 0,3 millones de euros (3,8 millones de euros en 2010).

El desglose de los derivados de la Sociedad con contrapartidas externas al Grupo Telefónica a 31 de diciembre de 2011 y 2010, así como su valor razonable a dicha fecha y el calendario esperado de vencimientos, en función del tipo de cobertura, es el siguiente:

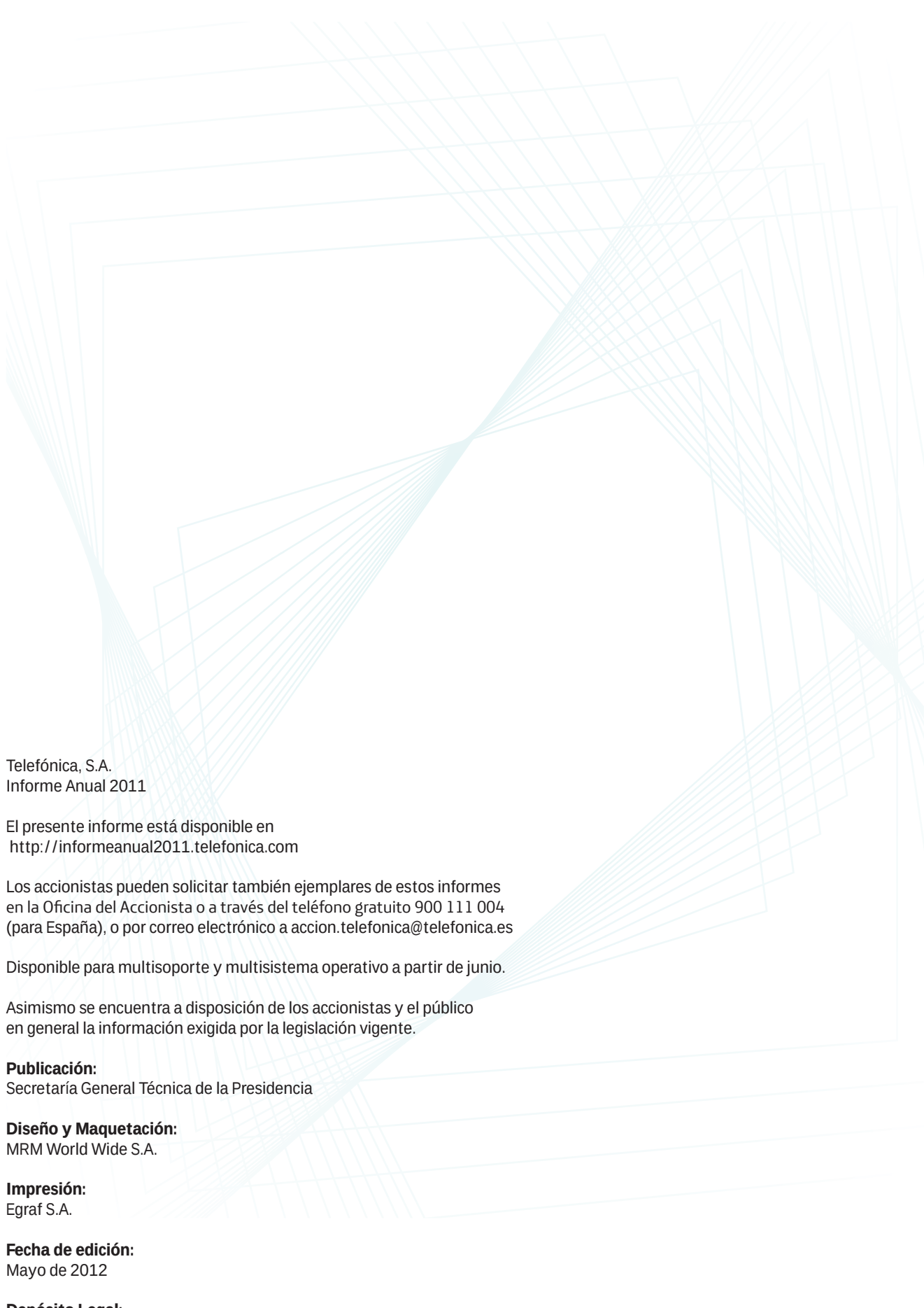
Ejercicio 2011

Millones de euros Derivados	Valor razonable (**)	Valor nominal Vencimientos (*)				
		2012	2013	2014	Posteriores	Total
Cobertura de tipo de interés	(58)	(1.536)	793	(824)	8.232	6.665
Cobertura de flujos de caja	880	(1.040)	1.189	(350)	10.992	10.791
Cobertura de valor razonable	(938)	(496)	(396)	(474)	(2.760)	(4.126)
Cobertura de tipos de cambio	(947)	194	239	-	6.482	6.915
Cobertura de flujos de caja	(947)	194	239	-	6.482	6.915
Cobertura de valor razonable	-	-	-	-	-	-
Cobertura de tipo de interés y tipo de cambio	(656)	(44)	1.154	72	2.099	3.281
Cobertura de flujos de caja	(656)	(44)	1.154	72	2.099	3.281
Cobertura de valor razonable	-	-	-	-	-	-
Cobertura de la inversión	(141)	(546)	(160)	(230)	(1.152)	(2.088)
Derivados no designados de cobertura	(427)	8.209	(441)	(194)	(1.576)	5.998
De tipo de interés	(234)	7.855	(579)	(144)	(2.404)	4.728
De tipo de cambio	(208)	445	138	(50)	828	1.361
De tipo de interés y de tipo de cambio	15	(91)	-	-	-	(91)

Ejercicio 2010

Millones de euros Derivados	Valor razonable (**)	Valor nominal Vencimientos (*)				
		2011	2012	2013	Posteriores	Total
Cobertura de tipo de interés	(353)	(5.998)	60	(2.084)	7.170	(852)
Cobertura de flujos de caja	267	(3.652)	556	(438)	8.487	4.953
Cobertura de valor razonable	(620)	(2.346)	(496)	(1.646)	(1.317)	(5.805)
Cobertura de tipos de cambio	(409)	854	112	577	4.323	5.866
Cobertura de flujos de caja	(409)	854	112	577	4.323	5.866
Cobertura de valor razonable	-	-	-	-	-	-
Cobertura de tipo de interés y tipo de cambio	(223)	27	130	926	2.004	3.087
Cobertura de flujos de caja	(223)	27	130	926	2.004	3.087
Cobertura de valor razonable	-	-	-	-	-	-
Cobertura de la inversión	(288)	(1.770)	-	(160)	(980)	(2.910)
Derivados no designados de cobertura	(367)	4.453	316	(289)	(478)	4.002
De tipo de interés	(238)	4.415	426	(427)	(1.316)	3.098
De tipo de cambio	(115)	106	(109)	138	838	973
De tipo de interés y de tipo de cambio	(14)	(68)	(1)	-	-	(69)

(*) Para cobertura de tipo de interés el importe de signo positivo está en términos de pago fijo. Para cobertura de tipo de cambio, un importe positivo significa pago en moneda funcional versus moneda extranjera.
 (**) El importe de signo positivo significa cuenta a pagar.



Telefónica, S.A.
Informe Anual 2011

El presente informe está disponible en
<http://informeanual2011.telefonica.com>

Los accionistas pueden solicitar también ejemplares de estos informes en la Oficina del Accionista o a través del teléfono gratuito 900 111 004 (para España), o por correo electrónico a accion.telefonica@telefonica.es

Disponible para multisoporte y multisistema operativo a partir de junio.

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:
MRM World Wide S.A.

Impresión:
Egraf S.A.

Fecha de edición:
Mayo de 2012

Depósito Legal:
M. 18198-2012

Telefónica

