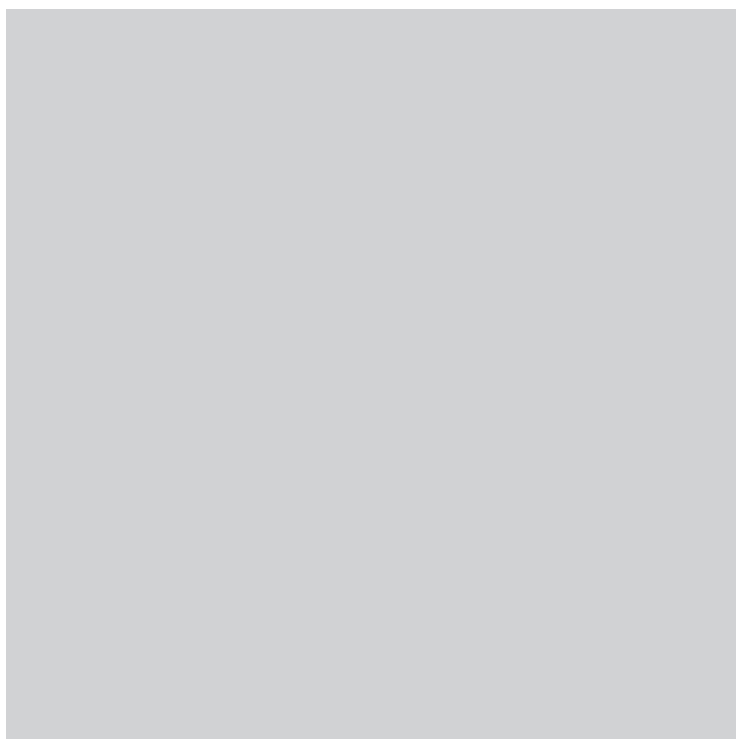
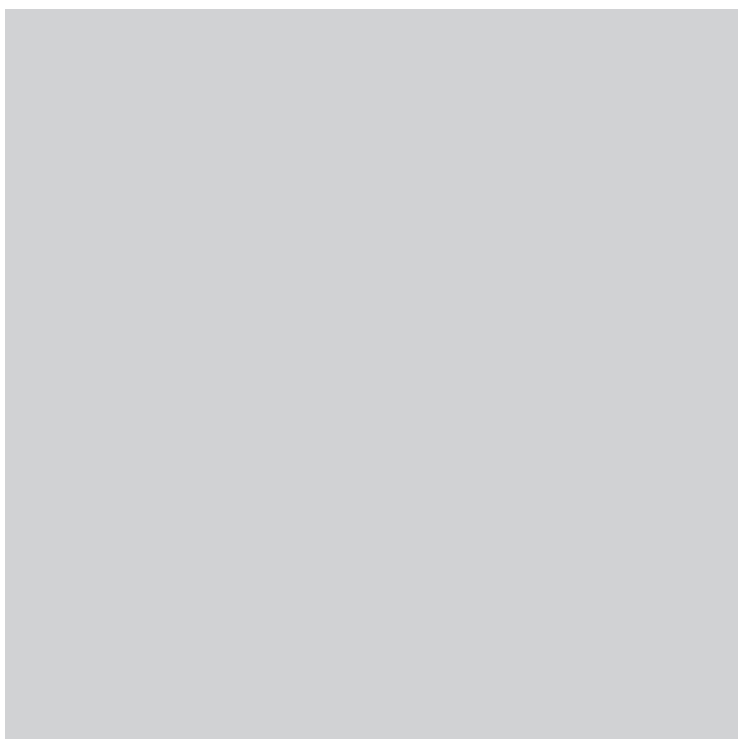
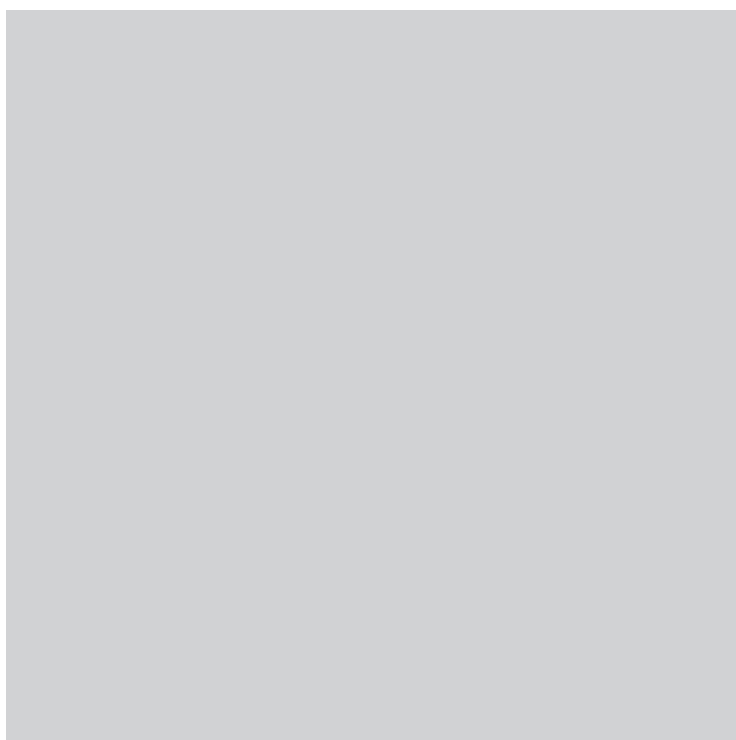


Resultados Trimestrales 2007
enero - marzo



INDICE

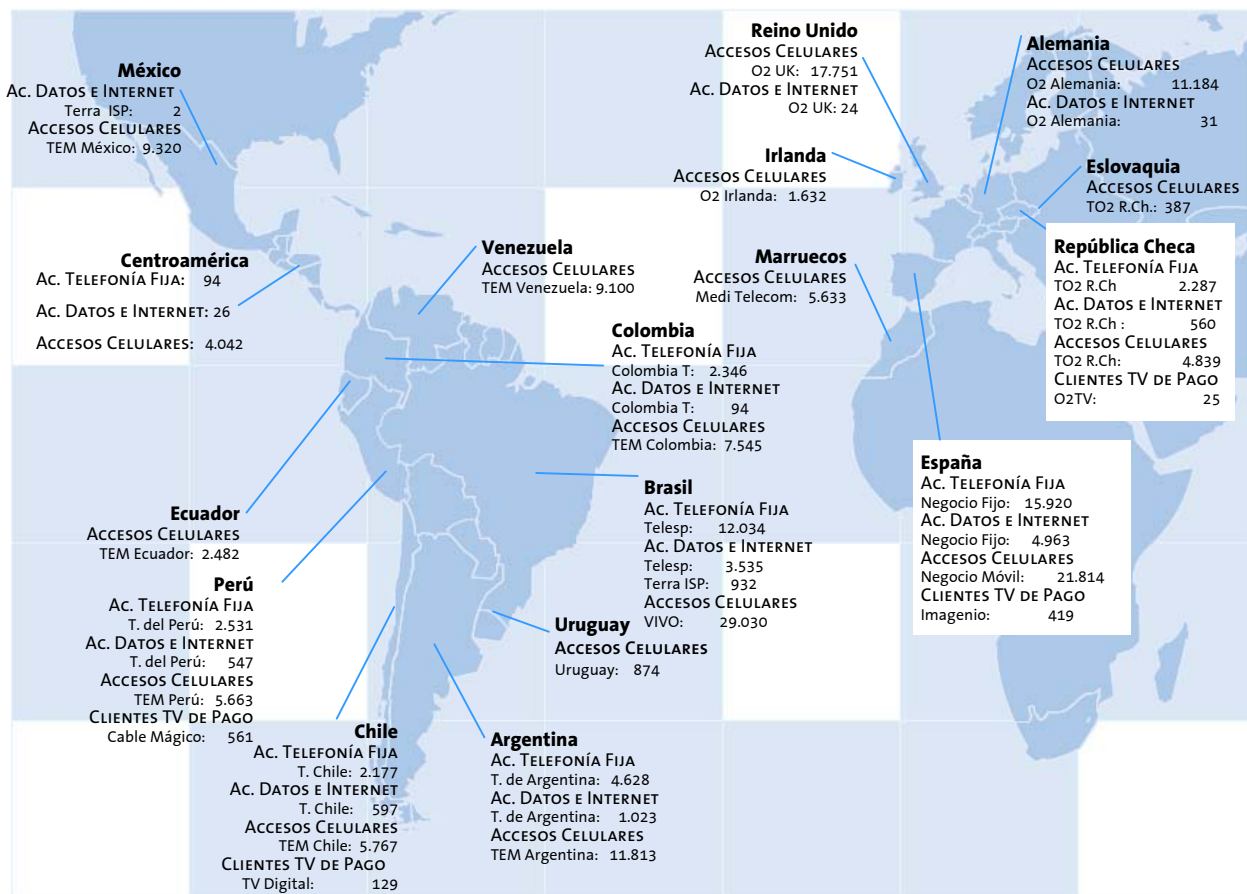
	GRUPO TELEFÓNICA	2
	Tamaño de Mercado	2
	Principales Aspectos Destacados	4
	Resultados Consolidados	5
	Datos Financieros	10
	RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO	15
	Telefónica España	15
	• Negocio Fijo	16
	• Negocio Móvil	18
	Telefónica Latinoamérica	23
	• Brasil	23
	• Argentina	26
	• Chile	27
	• Perú	29
	• Colombia	31
	• México	32
	• Venezuela	32
	• Centroamérica	33
	• Ecuador	34
	• TIWS	34
	Telefónica O2 Europa	42
	• O2 Reino Unido	43
	• O2 Alemania	45
	• O2 Irlanda	47
	• O2 Airwave	48
	• Telefónica O2 República Checa	48
	Otras Sociedades	54
	• Grupo Atento	54
	ANEXOS	56
	Participaciones más significativas del Grupo Telefónica y sus filiales	56
	Hechos Significativos	57
	Cambios en el Perímetro y Criterios de Consolidación Contable	58

La información financiera contenida en este documento ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Esta información financiera no ha sido auditada y, en consecuencia, es susceptible de potenciales futuras modificaciones.

GRUPO TELEFÓNICA

Tamaño de Mercado

(Datos en miles)



GRUPO TELEFÓNICA

ACCESOS

Datos no auditados (Miles)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Accesos Clientes Finales	204.503,6	184.065,3	11,1
Accesos de telefonía fija (1)	42.079,0	40.808,1	3,1
Accesos de datos e internet	12.348,1	11.200,7	10,2
Banda estrecha	3.642,2	4.760,3	(23,5)
Banda ancha (2)	8.543,5	6.263,2	36,4
Otros (3)	162,3	177,1	(8,3)
Accesos celulares	148.932,2	131.316,9	13,4
TV de Pago	1.144,2	739,6	54,7
Accesos Mayoristas	2.034,9	1.407,0	44,6
Bucle Alquilado	1.102,3	556,1	98,2
Bucle Compartido	605,2	320,3	88,9
Bucle Desagregado	497,2	235,8	110,9
Mayorista ADSL (4)	643,2	784,0	(18,0)
Otros (5)	289,3	67,0	N.S.
Total Accesos	206.538,4	185.472,3	11,4

*(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.**(2) ADSL, satélite, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.**(3) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.**(4) Incluye bucles alquilados por Telefónica Deutschland.**(5) Circuitos cuyo cliente final son operadoras.**Nota: Los Accesos Celulares, Accesos de telefonía fija y Accesos de datos e internet incluyen los clientes de MANX y Telefónica Telecom.*

GRUPO TELEFÓNICA

Principales Aspectos Destacados

Los aspectos más destacados de los resultados del Grupo Telefónica del primer trimestre del ejercicio son los siguientes:

- **Una vez más, la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad entre los operadores incumbentes europeos:**
 - Once trimestres consecutivos presentando crecimiento del beneficio neto básico por acción. En el primer trimestre crece un 6,1% hasta 0,260 euros.
 - Once trimestres consecutivos con crecimiento simultáneo de los ingresos (+15,1%), OIBDA (+9,6%), OI (+15,0%) y beneficio neto (+7,7%) sobre el mismo período del año anterior.
- **Elevado crecimiento orgánico¹ interanual de los ingresos (+7,8%), OIBDA (+5,9%) y OI (+19,6%) resultado de la sólida evolución de las operaciones, por encima de comparables.**
- **El flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) asciende a 3.718 millones de euros y crece un 10,8% interanual como consecuencia de los beneficios de la gestión integrada de las operaciones, la mayor escala y la materialización de las sinergias obtenidas:**
 - El margen OIBDA del primer trimestre se sitúa en el 37,1%.
- **Creciente diversificación: Telefónica España representa un 36,6% de los ingresos consolidados, Telefónica Latinoamérica (14 países) un 34,1% y Telefónica O2 Europa (5 países) un 25,7%.**
- **Éxito de las campañas comerciales con alto nivel de captación y retención de clientes, al superar los accesos totales los 206 millones, un 11,4% más que a marzo 2006:**
 - Los accesos celulares presentan un crecimiento interanual del 13,4% hasta 148,9 millones.
 - Los accesos minoristas a Internet de Banda Ancha crecen un +36,4% hasta los 8,5 millones.
 - Los clientes de TV de pago totalizan 1,1 millones (+54,7% interanual).
- **Con todo ello el beneficio neto consolidado alcanza los 1.257 millones de euros y crece un 7,7% respecto a enero-marzo 2006.**

¹ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-marzo 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-marzo 2007.

GRUPO TELEFÓNICA

Resultados Consolidados

La reestructuración organizativa del Grupo Telefónica por unidades de negocio: Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica O2 Europa, de acuerdo con el nuevo modelo de gestión regional e integrado, determina que la estructura jurídica de las sociedades no sea relevante para la presentación de la información financiera del Grupo. En este sentido, se presentan los resultados operativos de cada una de dichas unidades de negocio, con independencia de su estructura jurídica.

En línea con esta reorganización de sus segmentos operativos, Telefónica ha incorporado en Telefónica España y Telefónica Latinoamérica toda la información correspondiente a los negocios de telefonía fija, móvil, cable e Internet.

Asimismo, Telefónica O2 Europa comprende los resultados del Grupo O2 y los resultados de Telefónica O2 República Checa.

Dentro del epígrafe Otras sociedades y eliminaciones se incluye el Negocio de Contenidos y Media incluye la participación directa de Telefónica, S.A. en el capital social de Endemol Entertainment Holding, N.V.

Los resultados del Grupo Telefónica del primer trimestre de 2007 demuestran una vez más que Telefónica es la operadora europea incumbente que ofrece la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad de la industria. El beneficio neto básico por acción asciende a 0,260 euros y crece un 6,1% frente a los tres primeros meses de 2006. Esta senda de crecimiento interanual del beneficio neto básico por acción ya se produce de forma consecutiva todos los trimestres desde el periodo enero-septiembre de 2004.

Al mismo tiempo se produce un crecimiento interanual simultáneo de los ingresos (+15,1%), OIBDA (+9,6%), OI (+15,0%) y del beneficio neto (+7,7%) en términos nominales. De nuevo, y desde el periodo enero-septiembre 2004, todas estas partidas de la cuenta de resultados han presentado crecimientos interanuales simultáneos en todos los trimestres hasta la fecha.

La apuesta constante por el crecimiento queda de manifiesto una vez más con la obtención de un crecimiento orgánico¹ del 7,8% de los ingresos en el primer trimestre, gracias al éxito de la gestión integrada de las operaciones que se traduce en un significativo crecimiento de clientes y de uso de los servicios. Es importante destacar que desde el primer trimestre del ejercicio 2004 el crecimiento orgánico de los ingresos ha sido siempre superior al 7,5% todos los trimestres.

La obtención de sinergias, la optimización de costes y la diversificación geográfica ya alcanzada permite que se materialice en un flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) que alcanza 3.718 millones de euros y aumenta un 10,8% interanualmente.

El Grupo Telefónica continúa, a través de un gran esfuerzo comercial, manteniendo altos ritmos de crecimiento en clientes en los mercados donde opera y reforzando su posición competitiva. Así, los **accesos totales** superan los 206,6 millones a cierre de marzo de 2007 y presentan un crecimiento interanual del 11,4%. Esta variación procede fundamentalmente de los accesos celulares y la banda ancha y la extensión de los paquetes de productos que engloban voz, banda ancha y televisión. Del total de accesos del Grupo Telefónica, Telefónica España aporta 44,8 millones de accesos (+5,5% interanual), Telefónica Latinoamérica 117,0 millones de accesos (+14,1% interanual) y Telefónica O2 Europa 39,2 millones (+7,8% interanual).

En telefonía móvil, el Grupo Telefónica centra sus esfuerzos de crecimiento en la captación, retención y fidelización de los mejores clientes. De esta forma, los **accesos celulares** del Grupo Telefónica se sitúan a 31 de marzo de 2007 en 148,9 millones, un 13,4% más que a marzo de 2006,

¹ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-marzo 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-marzo 2007.

Resultados Consolidados

procediendo el mayor crecimiento de Telefónica Latinoamérica, donde totalizan 85,6 millones (+15,6% interanual). En España, el parque de clientes crece un destacado 7,6% anual, hasta 21,8 millones, en un mercado que cuenta ya con ocho operadores. En Europa, los clientes ascienden a 35,9 millones y crecen un 9,4% sobre los accesos celulares de marzo de 2006.

Los **accesos minoristas a Internet de banda ancha** superan los 8,5 millones a finales de marzo 2007 y aumentan un 36,4% interanual, gracias al éxito de las campañas comerciales desarrolladas por el Grupo Telefónica que son determinantes para estimular el crecimiento total del mercado. La comercialización de paquetes de voz, banda ancha y televisión siguen lanzándose con éxito y están jugando un papel importante en el crecimiento, retención y fidelización de clientes. Así, en España los accesos minoristas a Internet de banda ancha alcanzan 4,0 millones (3,0 millones hace un año), en Latinoamérica 4,0 millones (2,9 millones hace doce meses) y en Europa 0,5 millones (0,3 millones en marzo de 2006).

En **TV de Pago**, el Grupo Telefónica supera los 1,1 millones de clientes, con un crecimiento del 54,7% respecto a marzo 2006, tras haberse lanzado diferentes ofertas competitivas en los países en los que ya presta este servicio (España, República Checa, Perú, Chile y Colombia).

En los tres primeros meses de 2007, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del Grupo Telefónica asciende a 13.747 millones de euros, lo que representa un incremento del 15,1% respecto al mismo periodo del año anterior. La evolución de los tipos de cambio resta 2,6 p.p. al crecimiento a marzo, mientras que los cambios en el perímetro de consolidación contable aportan 9,8 p.p. Eliminando ambos efectos, la variación orgánica² de los ingresos se situaría en el 7,8%, apalancado principalmente en los crecimientos de Telefónica Latinoamérica y Telefónica España. Asimismo, destaca la evolución de los tráficos y el crecimiento de los datos.

Telefónica España registra en el acumulado a marzo 5.033 millones de euros (36,6% de los ingresos consolidados), un 5,5% más que en el primer trimestre de 2006. Los ingresos del Negocio Fijo de Telefónica España totalizan 3.050 millones de euros y crecen un 3,6% respecto a los tres primeros meses de 2006, debido fundamentalmente a los mayores ingresos de banda ancha (+27,0% interanual) y al ligero aumento de los ingresos por acceso (+0,2% interanual) tras la subida de la cuota de abono el pasado 1 de enero (+2,0% hasta 13,70 euros). El Negocio Móvil de Telefónica España alcanza 2.336 millones de euros en los tres primeros meses de 2007, un 7,9% superiores a los obtenidos en el mismo periodo de 2006, destacando la buena evolución de los ingresos de clientes (+10,0% interanual) por el fuerte crecimiento en el parque, especialmente de contrato entre los que es importante mencionar el éxito de la fidelización.

Los ingresos de **Telefónica Latinoamérica** en el periodo enero-marzo de 2007 (34,1% a los ingresos totales) alcanzan 4.685 millones de euros y aumentan un 8,5% interanual (+12,3%³ orgánico) apoyados en el crecimiento del mercado de banda ancha y la fortaleza del mercado móvil. Destaca el crecimiento respecto al primer trimestre de 2006 de los ingresos de México (+66,2% en moneda local) y Venezuela (+25,4% en moneda local). Entre los países con negocio fijo y móvil, Brasil alcanza unos ingresos de 1.801 millones de euros (aporta un 38,4% a los ingresos de Telefónica Latinoamérica), con un crecimiento del 2,8% en moneda local respecto a enero-marzo 2006. En Argentina, los ingresos acumulados a marzo totalizan 561 millones de euros, un 21,0% más que el año anterior en moneda local, en Perú los ingresos ascienden a 370 millones de euros (+9,7% en moneda local frente a enero-marzo 2006) y en Chile 423 millones de euros (+10,0% en moneda local).

Telefónica O2 Europa presenta unos ingresos a marzo de 2007 de 3.534 millones de euros frente a los 2.409 millones de euros del primer trimestre de 2006, cuando incluía los activos del Grupo O2 en el periodo febrero-marzo 2006 y los de Telefónica Deutschland y Telefónica O2 República Checa en enero-marzo 2006. En el primer trimestre de 2006 Telefónica O2 Europa aporta un 25,7% a los ingresos consolidados. Los ingresos de O2 Reino Unido son un 10,2% superiores, en moneda local, a los de los tres primeros meses de 2006 impulsados por la mayor base de clientes y el crecimiento del ARPU. Por su parte, en O2 Alemania caen un 3,0% respecto a enero-marzo del año anterior. En Telefónica O2 República Checa, los ingresos de los tres primeros meses del año registran un aumento interanual del 2,6% en moneda local al compensar el crecimiento del negocio móvil

² Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-marzo 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-marzo 2007.

³ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica Telecom en enero-marzo 2006

Resultados Consolidados

(+4,8% en moneda local) el ligero decrecimiento del fijo (-0,1% interanual), que mejora significativamente respecto a trimestres anteriores.

Los **gastos por operaciones** del Grupo Telefónica acumulados en el trimestre totalizan 8.828 millones de euros, un 15,5% más que en enero-marzo 2006, reflejo del mayor esfuerzo comercial realizado principalmente en captación y fidelización de nuestros clientes y a los cambios en el perímetro de consolidación contable. Entre las partidas de gastos:

- Los **aprovisionamientos** aumentan un 25,3% respecto al primer trimestre de 2006 (+27,6% en euros constantes) y alcanzan 4.399 millones de euros. En términos orgánicos, Telefónica Latinoamérica, fundamentalmente con mayores gastos de interconexión en Brasil y Perú, Telefónica España, especialmente el negocio móvil por la fuerte actividad comercial y O2 Reino Unido explican este comportamiento.
- Los **gastos de personal** de los tres primeros meses del año (1.718 millones de euros) se incrementan en un 4,3% respecto al mismo periodo del año anterior (+6,4% eliminando el efecto negativo de los tipos de cambio) por el aumento del 7,9% de la plantilla promedio (236.771 empleados). No obstante, excluyendo la plantilla del Grupo Atento (109.021 empleados; +13,0%), la plantilla promedio crecería un 4,0% por la incorporación de nuevas compañías al perímetro de consolidación, a pesar de la disminución de plantilla fundamentalmente por la venta de TPI y el E.R.E. 2003-2007 del Negocio Fijo de Telefónica España.
- Los **servicios exteriores** (2.307 millones de euros) presentan un aumento frente a enero-marzo de 2006 del 11,1% (+14,3% en euros constantes), sustentado principalmente, a nivel orgánico, en los mayores gastos de redes y comerciales en el Negocio Fijo de Telefónica España y la mayor actividad comercial de Telesp y O2 Reino Unido.

Resultado de la evolución descrita de ingresos y gastos, el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** consolidado totaliza 5.106 millones de euros en el primer trimestre del ejercicio, un 9,6% más que en el mismo periodo del año anterior. El impacto negativo de los tipos de cambio resta 2,4 p.p. de crecimiento, mientras que las incorporaciones al perímetro de consolidación aportan 6,1 p.p. de crecimiento. Por tanto, eliminando ambos efectos la tasa de crecimiento orgánico⁴ se situaría en el 5,9%. En términos de rentabilidad, el margen OIBDA a marzo se sitúa en el 37,1%, 1,8 p.p. inferior al obtenido en enero-marzo 2006. En términos orgánicos⁴, el margen sobre ingresos alcanza en los tres primeros meses de 2007 37,2% frente a 37,9% el año anterior gracias a la eficiencia operativa del Grupo Telefónica.

Telefónica España, con una aportación al OIBDA consolidado del Grupo Telefónica del 47,8%, registra en el primer trimestre del ejercicio un OIBDA de 2.439 millones de euros y presenta un crecimiento interanual del 10,7%. En el Negocio Fijo el OIBDA (1.419 millones de euros) crece un 12,4% frente al periodo enero-marzo 2006 y el margen OIBDA alcanza un 46,5% (46,1% en enero-marzo 2006 excluyendo la provisión por el E.R.E.). El OIBDA del Negocio Móvil a marzo 2007 asciende a 1.027 millones de euros (+7,9% interanual) y el margen sobre ingresos al 44,0%, mismo nivel que el mismo periodo del año anterior.

El OIBDA de **Telefónica Latinoamérica** (1.713 millones de euros) representa un 33,6% del OIBDA total del Grupo Telefónica y presenta un incremento respecto a los tres primeros meses de 2006 del 12,1% (+20,2% en euros constantes). La variación orgánica⁵ alcanzaría el 14,6% apoyada en la contribución positiva de México (22 millones de euros frente a las pérdidas el año anterior) y en la mayor aportación principalmente de Venezuela (+39,3% interanual en moneda local) y Argentina (+29,7% en moneda local). Entre el resto de países, Brasil, el mayor contribuidor al OIBDA de Telefónica Latinoamérica con un 43,7%, presenta un crecimiento del 2,8% en moneda local, Chile (9,6% del OIBDA de Telefónica Latinoamérica) del 22,5% en moneda local y Perú (8,4% del OIBDA de Telefónica Latinoamérica) del 0,3% también en moneda local.

Telefónica O2 Europa, con una contribución al OIBDA consolidado del Grupo Telefónica del 18,3%, obtiene un OIBDA acumulado a marzo de 933 millones de euros que se compara con una cifra de 756 millones de euros en 2006, que incluía el periodo febrero-marzo del Grupo O2 y enero-marzo de Telefónica O2 República Checa y Telefónica Deutschland. El OIBDA de O2 Reino Unido y de O2

⁴ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-marzo 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-marzo 2007.

⁵ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación de Telefónica Telecom en enero-marzo 2006.

Resultados Consolidados

Alemania presentan caídas frente al primer trimestre de 2006 del 4,6% en moneda local y del 5,6%, respectivamente, debido en parte a los mayores gastos comerciales y de retención de clientes. El margen OIBDA de O2 Reino Unido en los tres primeros meses de 2007 se sitúa en el 24,0% y el de O2 Alemania en el 19,1%. En Telefónica O2 República Checa el OIBDA retrocede un 2,1% interanual y el margen alcanza el 46,6%, 2,3 p.p. menor que el del primer trimestre 2006, impactado fundamentalmente por el inicio de operaciones en Eslovaquia.

La **amortización del inmovilizado** acumulada a marzo alcanza 2.396 millones de euros y crece un 4,1% respecto al mismo periodo de 2006 resultado principalmente de la mayor dotación a la amortización de Telefónica O2 Europa, que incluye la amortización del valor asignado a los activos en el proceso de asignación del precio de compra del Grupo O2 (231 millones de euros) y Telefónica O2 República Checa (39 millones de euros), mientras que en 2006 se incluye los meses de febrero y marzo para el Grupo O2 y el periodo enero-marzo del 2006 para Telefónica O2 República Checa. En términos orgánicos⁶, la amortización del inmovilizado registra una caída del 6,3% fundamentalmente por los descensos de Telefónica España y Telefónica Latinoamérica.

El **resultado operativo** del trimestre asciende a 2.710 millones de euros y presenta un crecimiento interanual del 15,0% y que a nivel orgánico⁶ se situaría en el 19,6%.

El **resultado de las participaciones por puesta en equivalencia** acumulado a marzo totaliza 35 millones de euros, un 60,2% superior al registrado en enero-marzo del año pasado. Esta mejora está asociada fundamentalmente a dos factores: 1) Sogecable ha dejado de integrarse por el método de puesta en equivalencia y 2) La mayor contribución positiva de Portugal Telecom.

Los **costes financieros** del primer trimestre de 2007 ascendieron a 768 millones de euros, un 47,1% superiores a los de 2006. Si se excluyen los resultados debidos a las diferencias de cambio, las cifras serían de 751 millones de euros en enero-marzo de 2007 y 517 millones de euros en enero-marzo de 2006, con lo que se observaría un aumento del 45,1% en los costes financieros ajustados de 2007 respecto de 2006. Este incremento resulta de dos factores. Por una parte, la subida del 17,2% de la deuda neta media total (54.778 millones de euros a 31 de marzo de 2007, incluyendo los compromisos por prejubilaciones) conllevaría un incremento de 126 millones de euros. Por otra parte, los gastos financieros se han visto incrementados en 107 millones de euros como consecuencia de menores beneficios en las posiciones contabilizadas a valor de mercado (por importe de 64 millones de euros), y por el incremento del coste medio de la deuda del Grupo debido principalmente al incremento de tipos en Europa y a la mayor proporción de deuda en Latinoamérica. La cifra de gastos financieros del primer trimestre de 2007 supone un coste medio del 5,7% sobre la deuda neta media total del año, y un 5,6% si se excluyen los resultados por tipo de cambio.

El **flujo de caja libre** generado por el Grupo Telefónica en el primer trimestre del 2007 ha ascendido a 950 millones de euros, de los cuales 744 millones de euros han sido dedicados a compra de autocartera de Telefónica S.A. y 214 millones de euros a la cancelación de compromisos adquiridos por el Grupo, fundamentalmente derivados de programas de reducción de plantilla. Dado que las inversiones financieras en el periodo han ascendido a 200 millones de euros, ha sido necesario incrementar financiación neta por 208 millones de euros. En sentido contrario, hay que añadir 469 millones de euros de reducción de la deuda por variaciones del tipo de cambio y otros efectos sobre cuentas financieras, básicamente por el diferencial de devengo menos pagos. Esto arroja una reducción total de 261 millones de euros con respecto a la deuda consolidada a finales del ejercicio 2006 (52.145 millones de euros), situando la **deuda financiera neta del Grupo Telefónica** al cierre de marzo 2007 en 51.884 millones de euros.

La **tasa impositiva** contabilizada en los tres primeros meses de 2007 se sitúa en el 33,2%, ascendiendo la provisión por impuestos a 656 millones de euros. No obstante, la salida de caja para el Grupo Telefónica será más reducida en la medida que se compensen bases imponibles negativas.

Los **resultados atribuidos a socios externos** restan en el primer trimestre de 2007 65 millones de euros al beneficio neto del Grupo, un 23,2% menos que en el mismo periodo del año anterior (-84 millones de euros en enero-marzo 2006). Esta variación se produce principalmente por el cambio de participación en Telefónica Móviles (fusión con Telefónica S.A. en julio de 2006).

⁶ Asumiendo tipos de cambio constantes e incluyendo la consolidación del Grupo O2, Telefónica Telecom e Iberbanda en enero-marzo 2006. Excluye la consolidación de Telefónica O2 Eslovaquia en enero-marzo 2007.

Resultados Consolidados

Resultado de todo lo anterior, el **beneficio neto** de los tres primeros meses del ejercicio 2007 alcanza 1.257 millones de euros frente a 1.167 millones de euros en enero-marzo de 2006, lo que implica un incremento del 7,7%. El **beneficio neto básico por acción** crece un 6,1% frente al primer trimestre del año anterior, situándose en 0,260 euros.

La **inversión (CapEx)** del Grupo Telefónica en el primer trimestre del ejercicio asciende a 1.388 millones de euros y presenta un crecimiento respecto al mismo trimestre del año anterior del 6,5% (+8,6% en euros constantes) fundamentalmente por las mayores inversiones en Telefónica Latinoamérica (banda ancha, TV y GSM) y Telefónica O2 Europa (redes 2G y 3G). El 74% de la inversión total está destinado a actividades de crecimiento, 5 p.p. más que el año anterior, reflejando la optimización de la inversión hacia la banda ancha y telefonía móvil fundamentalmente. No obstante, debe tenerse en cuenta el componente cíclico de la inversión, por lo que esta evolución no puede extrapolarse para el conjunto del ejercicio.

OBJETIVOS FINANCIEROS:

El Grupo Telefónica confirma los objetivos financieros⁷ fijados para el ejercicio 2007:

- Crecimiento de los ingresos consolidados en el ejercicio 2007 en el rango +6%/+9%.
- Crecimiento del OIBDA en el ejercicio 2007 en el rango +8%/+11%.
- Crecimiento del OI en el ejercicio 2007 en el rango +14%/+20%.
- CapEx en el ejercicio 2007 inferior a 7.814 millones de euros.

Asimismo, se reiteran todos los objetivos financieros para el ejercicio 2007 de Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica O2 Europa.

⁷ Las cifras base publicadas incluyen once meses de O2 (consolidada desde Febrero 2006), ocho meses de Telefónica Telecom (consolidada desde mayo de 2006), seis meses de Iberbanda (consolidada desde Julio 2006), tres meses de pérdidas por inicio de operaciones en Eslovaquia (las operaciones empezaron en Febrero de 2007) y excluyen los resultados de Endemol y Airwave. Los objetivos para 2007 asumen tipos de cambio constante de 2006 y excluyen cambios en el perímetro de consolidación. En términos de cálculo de objetivos, OIBDA y OI no incluyen ingresos y gastos excepcionales no previsibles en 2007. Los Programas de Reestructuración de Plantilla (980 millones de euros en 2006 y 630 millones de euros estimados para 2007 por el negocio fijo de Telefónica España), así como Planes Inmobiliarios están incluidos como ingresos/gastos operativos. A efectos comparativos los ingresos/gastos extraordinarios equivalentes registrados en 2006 también se han deducido de las cifras reportadas.

GRUPO TELEFÓNICA

Datos Financieros

DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios (Ingresos)	13.747	11.946	15,1
Resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)	5.106	4.657	9,6
Resultado operativo (OI)	2.710	2.356	15,0
Resultado antes de impuestos	1.977	1.856	6,5
Resultado neto	1.257	1.167	7,7
Resultado neto básico por acción	0,260	0,245	6,1
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.828,4	4.754,9	1,5

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

Nota: A efectos del cálculo del resultado neto básico por acción, la media ponderada de acciones en circulación durante el periodo ha sido obtenida aplicando las disposiciones de la NIC 33 "Ganancias por acción". Por tanto, no computan como acciones en circulación la media ponderada de acciones en autocartera durante el periodo.

GRUPO TELEFÓNICA RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Datos no auditados (Millones de euros)

	IMPORTE NETO CIFRA DE NEG.			OIBDA			RESULTADO OPERATIVO		
	enero - marzo			enero - marzo			enero - marzo		
	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var	2007	2006	% Var
Telefónica España	5.033	4.772	5,5	2.439	2.205	10,7	1.829	1.545	18,3
Telefónica Latinoamérica	4.685	4.317	8,5	1.713	1.528	12,1	872	591	47,5
Telefónica Europa (1)	3.534	2.409	46,7	933	756	23,3	15	73	(80,2)
Otras sociedades y eliminaciones (2)	495	447	10,6	21	169	(87,8)	(5)	146	c.s.
Total Grupo	13.747	11.946	15,1	5.106	4.657	9,6	2.710	2.356	15,0

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

Nota: OIBDA de los negocios de telefonía fija en Latinoamérica se presentan después de gastos de gerenciamiento.

(1) Telefónica O2 Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre) y O2 Grupo (febrero-diciembre).

(2) Para el OIBDA y el Resultado Operativo, estos datos no incluyen el importe de la variación de la "provisión de cartera de control" registrados por Telefónica, S.A.

CAPEX POR UNIDADES DE NEGOCIO

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Telefónica España	426	422	1,0
Telefónica Latinoamérica	426	357	19,5
Telefónica Europa (1)	493	406	21,6
Otras sociedades y eliminaciones	42	118	(64,6)
Total Grupo	1.388	1.303	6,5

Nota: CapEx del Grupo Telefónica a tipo de cambio promedio acumulado.

(1) Telefónica O2 Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre) y O2 Grupo (febrero-diciembre).

GRUPO TELEFÓNICA
RESULTADOS CONSOLIDADOS
Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	13.747	11.946	15,1
Trabajos para inmovilizado (1)	153	146	5,1
Gastos por operaciones	(8.828)	(7.640)	15,5
Aprovisionamientos	(4.399)	(3.511)	25,3
Gastos de personal	(1.718)	(1.647)	4,3
Servicios exteriores	(2.307)	(2.075)	11,1
Variación de provisiones de tráfico	(168)	(190)	(11,9)
Tributos	(237)	(216)	9,5
Otros ingresos (gastos) netos	36	60	(39,3)
Resultado de enajenación de activos	6	152	(96,4)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(8)	(5)	46,1
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	5.106	4.657	9,6
Amortizaciones de inmovilizado	(2.396)	(2.301)	4,1
Resultado operativo (OI)	2.710	2.356	15,0
Resultado particip. puestas en equivalencia	35	22	60,2
Resultados financieros	(768)	(522)	47,1
Resultado antes de impuestos	1.977	1.856	6,5
Impuesto de Sociedades	(656)	(613)	6,9
Resultado del ejercicio operaciones continuadas	1.322	1.242	6,4
Resultado operaciones en discontinuación	0	9	n.s.
Resultados atribuidos a socios externos	(65)	(84)	(23,2)
Resultado neto	1.257	1.167	7,7
Numero medio ponderado de acciones ordinarias en circulación (millones)	4.828,4	4.754,9	1,5
Resultado neto básico por acción	0,260	0,245	6,1

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

(1) Incluye obra en curso.

Nota: A efectos del cálculo del resultado neto básico por acción, la media ponderada de acciones en circulación durante el periodo ha sido obtenida aplicando las disposiciones de la NIC 33 "Ganancias por acción". Por tanto, no computan como acciones en circulación la media ponderada de acciones en autocartera durante el periodo.

Datos Financieros

GRUPO TELEFÓNICA
BALANCE CONSOLIDADO*Datos no auditados (Millones de euros)*

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Activos no corrientes	88.150	87.249	1,0
Intangibles	19.540	21.810	(10,4)
Fondo de comercio	21.488	17.914	19,9
Propiedad, planta y equipo y Propiedades de inversión	32.306	33.245	(2,8)
Inmovilizaciones Financieras y otros activos a largo plazo	6.455	5.723	12,8
Activos por impuestos diferidos	8.361	8.557	(2,3)
Activos corrientes	18.915	18.042	4,8
Existencias	1.065	1.154	(7,7)
Deudores	9.762	9.244	5,6
Administraciones Públicas deudoras por impuestos corrientes	1.303	1.288	1,1
Inversiones financieras temporales	1.593	1.877	(15,1)
Efectivo y equivalentes de efectivo	3.354	4.468	(24,9)
Activos no corrientes destinados para la venta	1.838	11	n.s.
Total Activo = Total Pasivo	107.065	105.291	1,7
Fondos propios	20.591	15.714	31,0
Fondos propios atribuibles a los accionistas de la sociedad dominante	17.744	11.932	48,7
Socios externos	2.848	3.782	(24,7)
Pasivos no corrientes	62.101	54.053	14,9
Deuda financiera a largo plazo	50.492	41.665	21,2
Pasivos por impuestos diferidos	4.363	4.868	(10,4)
Provisiones a largo plazo	6.270	6.466	(3,0)
Otros acreedores a largo plazo	976	1.054	(7,4)
Pasivos corrientes	24.373	35.523	(31,4)
Deuda financiera a corto plazo	7.805	19.507	(60,0)
Acreedores comerciales	8.313	8.792	(5,4)
Administraciones Públicas acreedoras por impuestos corrientes	2.531	2.007	26,1
Provisiones a corto plazo y otras deudas no comerciales	5.176	5.218	(0,8)
Pasivos asociados a activos no corrientes destinados a la venta	548	0	n.s.
Datos financieros			
Deuda financiera neta (1)	51.884	53.510	(3,0)

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

(1) Deuda Financiera Neta = Deuda financiera a L/P + Otros acreedores a L/P + Deuda financiera a C/P - Inversiones financieras temporales - Efectivo y equivalentes de efectivo - Inmovilizaciones Financieras y otros activos a L/P.

GRUPO TELEFÓNICA

FLUJO DE CAJA Y VARIACIÓN DE DEUDA

Datos no auditados (Millones de euros)

		enero - marzo		
		2007	2006	% Var
I	Flujo de caja operacional	4.176	4.113	1,5
II	Pagos de intereses financieros netos (1)	(1.054)	(645)	
III	Pago de impuesto sobre sociedades	(439)	(303)	
A=I+II+III	Flujo de caja neto operativo antes de inversiones	2.684	3.165	(15,2)
B	Pagos por inversión en activos materiales e inmateriales	(1.942)	(1.558)	
C=A+B	Flujo de caja operativo retenido	742	1.608	(53,9)
D	Cobros netos por desinversión inmobiliaria	10	12	
E	Pagos netos por inversión financiera	(211)	(22.868)	
F	Pagos netos por dividendos y operaciones con acc. propias (2)	(749)	(1.131)	
G=C+D+E+F	Flujo de caja libre después de dividendos	(208)	(22.379)	
H	Efectos del tipo de cambio sobre la deuda neta financiera	(136)	(527)	
I	Efectos de variación de perímetro sobre la deuda financiera neta y otros	(333)	1.590	
J	Deuda financiera neta al inicio del periodo	52.145	30.067	
K=J-G+H+I	Deuda financiera neta al final del periodo	51.884	53.510	

*(1) Incluye cobros de dividendos de filiales no consolidadas globalmente.**(2) Pagos de dividendos de Telefónica S.A. y pagos de dividendos a minoritarios por las filiales consolidadas por integración global y operaciones con acciones propias.*

RECONCILIACIONES DEL FLUJO DE CAJA CON OIBDA MENOS CAPEX

Datos no auditados (Millones de euros)

		enero - marzo		
		2007	2006	% Var
OIBDA		5.106	4.657	9,6
-	CAPEX devengado en el periodo	(1.388)	(1.303)	
-	Pagos por compromisos	(214)	(243)	
-	Pago de intereses financieros netos	(1.054)	(645)	
-	Pago de Impuesto sobre Sociedades	(439)	(303)	
-	Resultado por enajenación de inmovilizado	(6)	(152)	
-	Inversión en circulante y otros ingresos y gastos diferidos	(1.265)	(405)	
=	Flujo de caja operativo retenido	742	1.608	(53,9)
+ Cobros netos por desinversión inmobiliaria		10	12	
- Pagos netos por inversión financiera		(211)	(22.868)	
- Pagos netos por dividendos y operaciones con acciones propias		(749)	(1.131)	
=	Flujo de caja libre después de dividendos	(208)	(22.379)	(99,1)

*Nota: Se utiliza el concepto de "Flujo de caja libre", el cual refleja el cash flow disponible para remuneración al accionista de la matriz Telefónica S.A., protección de los niveles de solvencia (deuda financiera y compromisos) y flexibilidad estratégica.**Las diferencias con el "Flujo de caja operativo" de la tabla anterior se deben a que el "Flujo de caja libre" se calcula antes de amortización de compromisos (por reducciones de plantilla y garantías) y después del pago de dividendos a minoritarios, como consecuencia de la recirculación de fondos dentro del Grupo.*

	ene-mar 2007	ene-mar 2006
Flujo de caja operativo retenido	742	1.608
+ Pagos por amortización de compromisos	214	211
- Pago de dividendos ordinarios a minoritarios	(5)	(5)
= Flujo de caja libre	950	1.814

DEUDA FINANCIERA NETA MÁS COMPROMISOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	marzo 2007
Acreeedores a LP	50.803
Emisiones y deudas con entidades de crédito a CP	7.805
Tesorería	(3.354)
Inversiones financieras a CP y LP (1)	(3.370)
A Deuda financiera neta	51.884
Garantías otorgadas a IPSE 2000	365
B Compromisos por garantías	365
Compromisos brutos por reducción de plantilla (2)	5.198
Valor de activos a largo plazo asociados (3)	(735)
Impuestos deducibles (4)	(1.625)
C Compromisos netos por reducción de plantilla	2.838
A + B + C Deuda total + Compromisos	55.087
Deuda financiera neta / OIBDA (5)	2,54x
Deuda total + Compromisos/ OIBDA (5)	2,70x

(1) Inversiones financieras temporales y ciertas inversiones en activos financieros con vencimiento a más de un año, cuyo importe aparece incluido en el balance en la cuenta de "Inmovilizado Financiero".

(2) Fundamentalmente en España. Esta cifra aparece reflejada dentro de la cuenta de balance "Provisiones para Riesgos y Gastos", y se obtiene como suma de los conceptos de "Prejubilaciones, Seguridad Social y Desvinculaciones", "Seguro Colectivo", "Provisiones Técnicas", "Provisión para el Fondo de Pensiones de otras Sociedades".

(3) Importe incluido en la cuenta de balance "Inmovilizado Financiero", epígrafe "Otros Créditos". Corresponden fundamentalmente a inversiones en Valores de renta fija y Depósitos a largo plazo, que cubren la materialización de las provisiones técnicas de las sociedades aseguradoras del Grupo.

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

(5) Calculado a partir del OIBDA acumulado de los últimos 12 meses incluido T. O2 República Checa, O2 y Telefónica Telecom.

GRUPO TELEFÓNICA
TIPOS DE CAMBIO APLICADOS

	Cuenta de Resultados y CapEx (1)		Balance (2)	
	ene - mar 2007	ene - mar 2006	marzo 2007	marzo 2006
Estados Unidos (Dólar USA/Euro)	1,311	1,202	1,332	1,210
Reino Unido (Libra/Euro)	0,671	0,686	0,680	0,696
Argentina (Peso Argentino/Euro)	4,057	3,685	4,129	3,730
Brasil (Real Brasileño/Euro)	2,763	2,637	2,731	2,629
Rep. Checa (Corona Checa/Euro)	28,028	28,600	28,000	28,595
Chile (Peso Chileno/Euro)	708,215	632,911	717,875	636,943
Colombia (Peso Colombiano/Euro)	2.915,452	2.724,796	2.873,563	2.770,083
El Salvador (Colon/Euro)	11,468	10,520	11,653	10,591
Guatemala (Quetzal/Euro)	10,074	9,169	10,245	9,217
México (Peso Mexicano/Euro)	14,433	12,727	14,758	13,255
Nicaragua (Córdoba/Euro)	23,735	20,740	24,263	21,004
Perú (Nuevo Sol Peruano/Euro)	4,180	4,018	4,240	4,069
Uruguay (Peso Uruguayo/Euro)	31,899	29,124	32,097	29,292
Venezuela (Bolívar/Euro)	2.816,901	2.583,979	2.865,330	2.604,167

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

(2) Tipos de cambio a 31/03/07 y 31/03/06.

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Telefónica España

Los resultados del Grupo Telefónica España correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2007 han mostrado un buen ritmo de crecimiento, impulsados por la fortaleza comercial en todos los negocios.

En los primeros meses de 2007 Telefónica España ha consolidado su posición competitiva en el mercado, tanto en el negocio móvil como en el fijo, alcanzando un número total de 44,8 millones de accesos, un 5,5% más que en marzo de 2006.

El importe neto de la cifra de negocio (ingresos) ha crecido en el primer trimestre del año un 5,5% situándose en 5.033 millones de euros y el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) un 10,7% alcanzando los 2.439 millones de euros, lo que sitúa el margen en el 48,5%.

La inversión del Grupo Telefónica España asciende a 426 millones de euros, lo que se traduce en un flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx) en el periodo de 2.013 millones de euros.

En el **Negocio Fijo de Telefónica España** cabe destacar:

- El fuerte crecimiento de los ingresos en el primer trimestre del año, (+3,6%), apoyado en el sostenido incremento de los ingresos de Banda Ancha y en el mejor comportamiento de los ingresos de Acceso y de Voz.
- El mantenimiento del liderazgo de Telefónica en el mercado de acceso a Internet de Banda Ancha en España, con una cuota de mercado estimada del 56%, presentando el mercado un crecimiento interanual del 30,1%.
- La creciente participación de Imagenio en el mercado de televisión de pago, con una cuota de ganancia neta estimada próxima al 44% en el trimestre, alcanzando 418.618 clientes de televisión de pago al final del periodo.
- Ralentización en la pérdida de líneas fijas, con una caída del 1,2% interanual que destaca positivamente en el actual entorno europeo.
- Crecimiento del número total de accesos de la compañía del 3,5% interanual, alcanzándose los 22,9 millones.

En el **Negocio Móvil de Telefónica España** debe destacarse:

- El sólido crecimiento de los ingresos del servicio (+7,0% frente al primer trimestre de 2006).
- El mantenimiento del pulso comercial, con unos fuertes niveles de actividad que se traducen en una ganancia neta de 367.715, con un enfoque primordial en el segmento contrato.
- La contención del churn, con una mejora en el segmento de contrato de 0,2 p.p. respecto al año anterior, que lo sitúa en el 1,1% como resultado de la clara apuesta por la fidelización.
- La tendencia positiva en el crecimiento interanual del parque de clientes, con un 7,6% frente al 6,3% registrado en el primer trimestre de 2006, hasta superar los 21,8 millones de clientes destacando el buen comportamiento del segmento contrato (+13,4%).

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Telefónica España

NEGOCIO FIJO

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** creció durante el primer trimestre del año 2007 un 3,6% hasta alcanzar 3.050 millones de euros.

- Los **ingresos por acceso tradicional**, que alcanzan la cifra de 697 millones de euros, han crecido un 0,2%, rompiendo la tendencia de decrecimiento del pasado año (-2,1% en 2006), impulsados por la subida de la cuota mensual de abono de la línea telefónica básica de 0,27 euros hasta 13,70 euros, efectiva desde el 1 de enero de 2007.

El mercado de acceso de telefonía fija en España ha experimentado a marzo de 2007 un crecimiento estimado del 2,2% frente a marzo 2006, manteniendo la aceleración experimentada en los últimos trimestres, lo que representa un aspecto diferenciador frente a los principales mercados europeos. Los accesos de telefonía fija de Telefónica España han experimentado una reducción neta en el trimestre de 29.595 líneas, apoyada en los positivos resultados obtenidos con la campaña de alta gratis. La planta de accesos de telefonía fija se sitúa en 15.920.272 a final del primer trimestre de 2007, tras presentar una caída interanual del 1,2% que destaca positivamente en el actual entorno europeo.

La cuota de mercado de acceso de telefonía fija estimada para el Negocio Fijo de Telefónica España se sitúa en el 82%, manteniendo un ritmo de pérdida similar a la del pasado año.

- Los **ingresos por servicios de voz tradicional** y en particular los ingresos por tráfico de salida, con decrecimientos del 4,5% y 5,9% respectivamente, atenúan sensiblemente su ritmo de descenso en el primer trimestre por diversos factores: el buen comportamiento del tráfico internacional, cuyos ingresos crecen un 13,5%; la atenuación de la caída de los ingresos derivados de la red inteligente, y la subida del 3,7% el pasado 1 de marzo de las tarifas de tráfico nacional no asociado a tarifas planas.

La ralentización en el descenso de los ingresos de tráfico refleja la mejor evolución de los minutos de tráfico en el mercado español, con un crecimiento estimado en el primer trimestre del 2007 frente al primer trimestre de 2006 del 0,4%. Destacan los altos crecimientos en el trimestre del tráfico cursado por el Negocio Fijo de Telefónica España en el ámbito internacional, crecimiento del 14,0%, e interprovincial (+10,3%), éste último fuertemente estimulado por las tarifas planas asociadas a los paquetes Dúos y Tríos.

La cuota de mercado de tráfico del Negocio Fijo de Telefónica España en el trimestre se estima en el 65%.

Por otra parte, la planta de líneas preseleccionadas a finales de marzo era de 1.876.988, lo que representa una reducción en el primer trimestre de 29.531 líneas.

Los **ingresos por servicios de Internet y Banda Ancha** en el primer trimestre del año alcanzan los 675 millones de euros, con un crecimiento del 22,3% frente al mismo periodo del año anterior.

El mercado estimado de accesos fijos a Internet de Banda Ancha en España ha alcanzado a finales de marzo 7,1 millones de accesos registrando una ganancia neta en el trimestre cercana a los 0,4 millones de accesos (0,5 millones en el primer trimestre de 2006).

La oferta de **accesos minoristas a Internet de Banda Ancha** de Telefónica ha registrado una ganancia neta en el primer trimestre de 250.094 conexiones. Con ello, los accesos minoristas a Internet de Banda Ancha de Telefónica alcanzaban a finales de marzo los 3.992.746 accesos, un 31,2% superiores a los de marzo del año anterior. De esta forma Telefónica continúa liderando este mercado, con una cuota estimada en Banda Ancha del 56%.

Telefónica España

Es significativo resaltar que alrededor del 75% de los accesos minoristas a Internet de Banda Ancha de Telefónica de España tienen el servicio de conectividad a Internet dentro de algún tipo de paquete de doble o triple oferta.

La evolución de **bucles alquilados** ha mantenido en el primer trimestre de 2007 el elevado dinamismo del pasado año. La ganancia neta trimestral ha sido de 132.211 bucles, de los que el 66% corresponde a migraciones desde el servicio ADSL mayorista de Telefónica España. La planta total de bucles alquilados alcanzó a marzo las 1.071.217 unidades con una participación creciente en el mercado de Banda Ancha estimándose en el 15%. Del conjunto de líneas de alquiler de bucle, el 56,5% son de la modalidad de bucle compartido, porcentaje que mantiene cierta estabilidad en los últimos trimestres.

El servicio **ADSL mayorista** sigue afectado por la migración a bucles alquilados. Así, en el primer trimestre del año se ha registrado una pérdida de 24.678 accesos, lo que sitúa su planta total en 561.740 accesos, un 20,5% inferior a la del primer trimestre del año anterior.

Los clientes de **televisión de pago** de Telefónica alcanzan a finales de marzo los 418.618, un 67,3% más que en marzo de 2006, aumentando la cuota estimada en el mercado de televisión de pago hasta el 11%. La ganancia neta en el primer trimestre ha sido 35.591 clientes, lo que según las estimaciones de la compañía representa haber capturado el 44% de la demanda del mercado.

La planta total de **Dúos y Tríos**, impulsores del crecimiento tanto de las conexiones de Banda Ancha como de las tarifas planas de voz y de Imagenio, se sitúa al final de marzo de 2007 en las 3.063.935 unidades, tras crecer un 11,5% en el primer trimestre de 2007.

- Los **ingresos por servicios de datos y TI** alcanzan, en su conjunto, los 375 millones de euros, destacando la aceleración en el crecimiento de los ingresos derivados de servicios minoristas de datos.

Los **gastos por operaciones del Negocio Fijo de Telefónica España** han alcanzado en el primer trimestre los 1.671 millones de euros, lo que supone una reducción interanual del 3,1% impactados por los menores gastos de reestructuración de plantilla en el trimestre, nulos frente a 95 millones de euros registrados en el primer trimestre de 2006. Excluyendo este efecto, los gastos por operaciones crecerían un 2,5%. El crecimiento de los gastos en el primer trimestre se sustenta en el crecimiento de los gastos por aprovisionamientos, fundamentalmente compra de equipos para venta y de contenidos para Imagenio, y en el crecimiento de servicios exteriores. Los gastos de personal, excluyendo en 2006 y 2007 el efecto de las provisiones del E.R.E. y la revisión actuarial, presentan una caída del 0,3%.

El efecto de la no dotación por reestructuración de plantilla en el primer trimestre de 2007 también se refleja en el resultado **operativo antes de amortizaciones (OIBDA)**, que asciende a 1.419 millones de euros con un crecimiento del 12,4%.

Eliminando del OIBDA efectos puntuales, como son principalmente los derivados del E.R.E., programa Inmobiliario o subvenciones, el crecimiento del OIBDA se situaría en el 4,7%.

El margen de OIBDA en el primer trimestre de 2007 alcanza el 46,5%, 3,7 p.p. por encima del registrado en el mismo trimestre del pasado año. Excluyendo el efecto de las provisiones del E.R.E. y la revisión actuarial en ambos años, el margen habría experimentado una mejora de 0,4 p.p. hasta el 46,5%.

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Telefónica España

NEGOCIO MÓVIL

El **mercado de telefonía móvil español** ha presentado durante este primer trimestre del año un entorno de mayor intensidad competitiva, con 8 operadores en el mercado, y donde el número total de líneas a marzo de 2007 supera los 48 millones, con una penetración estimada superior al 106% (+7 p.p. vs. el primer trimestre de 2006).

En este contexto, la **ganancia neta de clientes** del Negocio Móvil de Telefónica España durante el primer trimestre de 2007 ha alcanzado los 367.715 clientes, una cifra muy similar al primer trimestre de 2006 (386.824), impulsada por el segmento contrato, que presenta una ganancia neta de 386.973.

Así, en este primer trimestre del año la **actividad comercial** se mantiene en línea con el mismo trimestre del año anterior, alcanzando prácticamente los 3 millones de acciones comerciales, y permitiendo alcanzar un parque que supera los 21,8 millones de clientes (+7,6% vs. el primer trimestre de 2006). Conviene destacar el buen comportamiento del **parque de contrato** del Negocio Móvil de Telefónica España, que muestra un crecimiento anual del 13,4%, permitiendo que el parque de contrato represente más del 57% del total, 3 p.p. por encima de lo que representaba hace un año.

Destacan los positivos resultados obtenidos en el ámbito de la **portabilidad**, donde se obtiene un saldo positivo de 3.614 líneas durante el primer trimestre de 2007, impulsado por el excelente comportamiento del segmento contrato, con 78.067 líneas de ganancia neta en el primer trimestre, más que duplicando la obtenida en el primer trimestre de 2006, reflejando una vez más el foco de la compañía en los clientes de mayor valor.

El **churn** desempeña también un papel clave en los sólidos resultados comerciales del Negocio Móvil de Telefónica España. Durante el primer trimestre del año se sitúa en el 1,8%, manteniéndose por debajo de los niveles del primer trimestre de 2006 (-0,1 p.p.). Cabe destacar el descenso del churn de contrato en este trimestre frente al primer trimestre de 2006 hasta alcanzar el 1,1% (-0,2 p.p.). Las renovaciones de terminales (+7,4% vs. el primer trimestre de 2006) han vuelto a contribuir a la buena evolución del churn.

En relación al **consumo**, los minutos gestionados en la red durante el primer trimestre del año muestran un crecimiento del 13% respecto al primer trimestre de 2006, superando los 15.400 millones de minutos. El tráfico on-net registra un crecimiento en el primer trimestre de 2007 del 16% vs. el primer trimestre del año anterior, apoyado en la promoción de "Fines de Semana Gratis en 2007" de la campaña de Navidad. Así, el **MoU** en el primer trimestre de 2007 alcanza los 160 minutos (+4,3% respecto al mismo trimestre de 2006).

El **ARPU de voz** alcanza en el primer trimestre 27,0 euros, presentando una reducción del 1,4% frente al mismo trimestre de 2006 afectado por la rebaja en las tarifas de interconexión de octubre de 2006 y en menor medida por el impacto de la promoción de tráfico de Navidad, vigente hasta principios de abril, que se refleja en la ligera caída del ARPU de salida de voz en el primer trimestre de 2007 (-0,4%) frente al primer trimestre de 2006.

Por su parte, el **ARPU de datos** en el primer trimestre del año presenta un crecimiento del 5,8% frente al mismo trimestre de 2006 hasta alcanzar los 4,6 euros. Este comportamiento se apoya en un crecimiento de los ingresos de datos de conectividad (+71%) y contenidos (+19%). Conviene destacar que la compañía ha comercializado casi 1,5 millones de dispositivos 3G y cuenta con más de 125.000 clientes apuntados a las tarifas semi-planas de datos como son los bonos de 1Gb, 5Gb y 30 Mb, que han contribuido a la buena evolución del ARPU de datos, del que las comunicaciones

Telefónica España

interpersonales sólo representan ya el 54%, correspondiendo el resto a servicios de conectividad y contenidos.

De este modo el ARPU total de salida crece un 0,6%, situando el ARPU total en el primer trimestre en 31,7 euros, una ligera caída del 0,5% frente al primer trimestre de 2006.

Respecto a los resultados financieros:

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** crece en el primer trimestre de 2007 un 7,9% hasta los 2.336 millones de euros, impulsado por el buen comportamiento de los ingresos de clientes. Conviene resaltar que desde el 1 de enero de 2007 se ha realizado una modificación en el criterio de contabilización de las comisiones de venta y recarga de prepago, que dejan de contabilizarse como menores ingresos y pasan a contabilizarse como mayor gasto y la contabilización de los ingresos/gastos por enrutamiento de tránsito de portabilidad, que pasa a contabilizarse por el neto. El efecto neto de este cambio es neutro en el OIBDA, si bien el conjunto de los ingresos de operaciones hubiera crecido a un ritmo del 7,7% excluyendo el impacto de los citados cambios de criterio. Por componentes de ingresos conviene destacar:

- Los **ingresos por venta de terminales** ascendieron en el primer trimestre de 2007 a 304 millones de euros con un crecimiento del 14,3% frente al mismo trimestre del año anterior.
- Los **ingresos de servicio** crecieron un 7,0% alcanzando los 2.032 millones de euros. De excluirse el impacto de los cambios de criterios mencionados anteriormente, el crecimiento de los ingresos de servicio hubiera sido del 6,7%. Este buen comportamiento de los ingresos de servicio viene apoyado en la evolución de los **ingresos de clientes**, que alcanzan los 1.637 millones de euros con un crecimiento del 10,0% frente al año anterior, como resultado del fuerte ritmo de crecimiento interanual del parque (+7,6%), especialmente en contrato (+13,4%), y el mayor consumo de datos. De excluirse el impacto de los cambios de criterios mencionados anteriormente, el crecimiento de los ingresos de clientes hubiera sido del 8,4%.
- Los **ingresos de interconexión** caen un 3,2%. De excluirse el impacto de los cambios de criterios mencionados anteriormente, los ingresos de interconexión hubieran crecido un 1,5%, favorecidos por una menor bajada en las tarifas de interconexión en el cuarto trimestre de 2006 frente a años anteriores.
- Los **ingresos de roaming-in** se reducen un 20,4%, como consecuencia de la tendencia a la baja en los precios mayoristas.

Los **gastos por operaciones** alcanzaron en el primer trimestre de 2007 los 1.328 millones de euros, creciendo un 7,7% respecto al primer trimestre de 2006 impulsados por la mayor actividad comercial con terminal (+5,0%) y los mayores gastos de gestión de red y de marketing y publicidad.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** del primer trimestre del 2007 asciende a 1.027 millones de euros, con un crecimiento del 7,9% con respecto al primer trimestre del año anterior, apoyado en el buen comportamiento de los ingresos. De este modo el margen OIBDA se sitúa en el 44,0%.

Telefónica España

TELEFÓNICA ESPAÑA

ACCESOS

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
Accesos Clientes Finales	41.178,5	41.476,8	41.951,0	42.620,8	43.115,8	4,7
Accesos de telefonía fija (1)	16.108,5	16.019,7	15.978,1	15.949,9	15.920,3	(1,2)
Accesos de datos e internet	4.542,9	4.534,6	4.648,8	4.842,0	4.963,2	9,3
Banda estrecha	1.437,4	1.254,0	1.177,7	1.040,5	916,0	(36,3)
Banda ancha (2)	3.042,7	3.220,1	3.411,3	3.742,7	3.992,7	31,2
Otros (3)	62,8	60,4	59,8	58,8	54,4	(13,3)
Accesos celulares	20.276,8	20.655,0	21.019,7	21.446,0	21.813,7	7,6
Prepago	9.231,9	9.261,2	9.290,7	9.303,0	9.283,8	0,6
Contrato	11.044,9	11.393,8	11.729,0	12.142,9	12.529,9	13,4
TV de Pago	250,3	267,5	304,4	383,0	418,6	67,3
Accesos Mayoristas	1.260,4	1.369,3	1.406,5	1.531,8	1.640,8	30,2
Bucle Alquilado	546,7	678,3	774,8	939,0	1.071,2	95,9
Bucle Compartido	320,3	386,0	438,5	527,7	605,2	88,9
Bucle Desagregado	226,4	292,3	336,3	411,3	466,0	105,9
Mayorista ADSL	706,4	684,4	625,2	586,4	561,7	(20,5)
Otros (4)	7,3	6,6	6,5	6,4	7,8	7,1
Total Accesos	42.438,9	42.846,0	43.357,5	44.152,6	44.756,6	5,5

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

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

(3) Circuitos punto a punto.

(4) Circuitos mayoristas

TELEFÓNICA ESPAÑA

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	5.033	4.772	5,5
Trabajos para inmovilizado (1)	51	52	(2,5)
Gastos por operaciones	(2.652)	(2.627)	0,9
Otros ingresos (gastos) netos	15	3	n.s.
Resultado de enajenación de activos	(1)	8	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	(8)	(3)	148,8
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	2.439	2.205	10,7
Amortizaciones de inmovilizado	(611)	(659)	(7,3)
Resultado operativo (OI)	1.829	1.545	18,3

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

(1) Incluye obra en curso.

Telefónica España

TELEFÓNICA ESPAÑA: NEGOCIO FIJO DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	3.050	2.944	3,6
OIBDA	1.419	1.263	12,4
Margen OIBDA	46,5%	42,9%	3,7 P.P.
CapEx	292	315	(7,2)

TELEFÓNICA ESPAÑA: NEGOCIO FIJO DETALLE INGRESOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Acceso Tradicional (1)	697	696	0,2
Servicios de Voz Tradicional	1.193	1.249	(4,5)
Tráfico (2)	737	783	(5,9)
Interconexión (3)	227	232	(1,9)
Comercialización de terminales y otros (4)	229	235	(2,3)
Servicios Internet y Banda Ancha	675	552	22,3
Banda Estrecha	29	44	(32,6)
Banda Ancha	646	508	27,0
Minorista (5)	563	420	33,9
Mayorista (6)	83	88	(5,5)
Servicios Datos	282	267	5,5
Servicios TI	94	78	20,7

Nota: Los resultados de Telefónica de España incluyen los resultados de Terra España desde el primer trimestre de 2006.

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

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

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

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

(5) Servicios minoristas ADSL y otros servicios de Internet.

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

Telefónica España

TELEFÓNICA ESPAÑA: NEGOCIO MÓVIL DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	2.336	2.166	7,9
OIBDA	1.027	952	7,9
Margen OIBDA	44,0%	43,9%	0,0 P.P.
CapEx	135	108	25,4

TELEFÓNICA ESPAÑA: NEGOCIO MÓVIL DETALLE INGRESOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Ingresos de servicio	2.032	1.900	7,0
Ingresos de clientes	1.637	1.489	10,0
Interconexión	346	357	(3,2)
Roaming - In	38	48	(20,4)
Otros	11	6	83,6
Terminales	304	266	14,3

TELEFÓNICA ESPAÑA: NEGOCIO MÓVIL DATOS OPERATIVOS

Datos no auditados

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
Clientes celulares (miles)	20.276,8	20.655,0	21.019,7	21.446,0	21.813,7	7,6
Prepago	9.231,9	9.261,2	9.290,7	9.303,0	9.283,8	0,6
Contrato	11.044,9	11.393,8	11.729,0	12.142,9	12.529,9	13,4
	1T	2T	3T	4T	1T	% Var Anual
MOU (minutos)	153	156	158	157	160	4,3
Prepago	66	64	71	66	74	12,7
Contrato	227	231	228	228	224	(1,4)
ARPU (EUR)	31,8	33,0	33,9	33,0	31,7	(0,5)
Prepago	15,7	16,4	17,6	15,9	14,9	(4,9)
Contrato	45,5	46,6	46,9	45,7	44,3	(2,7)
ARPU de datos	4,4	4,2	4,6	5,0	4,6	5,8
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	43,6%	42,5%	43,9%	45,3%	48,1%	4,5 P.P.

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Telefónica Latinoamérica

De acuerdo a la nueva estructura del Grupo, los resultados de Telefónica Latinoamérica recogen los resultados de las operadoras fijas y móviles del Grupo Telefónica en la región latinoamericana. Por otro lado, las cifras del Grupo Telefónica Latinoamérica incluyen los resultados de Telefónica Telecom desde el 1 de mayo de 2006.

En términos interanuales, las monedas de todos los países en los que opera Telefónica Latinoamérica han registrado una depreciación frente al euro, lo que se ha traducido en un impacto negativo de 8,1 p.p. tanto en el crecimiento del importe neto de la cifra de negocios (ingresos) como del OIBDA.

Telefónica Latinoamérica alcanzó en el primer trimestre del año 2007 unos **ingresos** de 4.685 millones de euros, un 8,5% más que en el mismo trimestre de 2006 en euros corrientes. En euros constantes el crecimiento de ingresos se eleva al 16,6%, siendo la aportación de Telefónica Telecom de 4,3 p.p. Dentro de los países que más han contribuido a este crecimiento en moneda constante, aparte de Colombia por el cambio de perímetro de consolidación, cabe destacar México, con 3,3 p.p., seguido de Venezuela (+2,7 p.p.) y Argentina (+2,5 p.p.). Por otro lado, Brasil sigue siendo el mayor contribuidor en términos absolutos a los ingresos de Telefónica Latinoamérica con un 38,4%, seguido de Argentina (12,0%) y Venezuela (11,1%).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** se sitúa en 1.713 millones de euros, con un crecimiento del 12,1% en euros corrientes. En euros constantes el crecimiento del OIBDA de Telefónica Latinoamérica se incrementa hasta el 20,2%, con una aportación de Telefónica Telecom de 5,6 p.p. Por países (excluyendo Colombia por el cambio de perímetro de consolidación), el mayor contribuidor al crecimiento del OIBDA es Venezuela con 4,9 p.p., seguido de Argentina (+3,6 p.p.) y México (+3,3 p.p.), favorecido por la contribución positiva de las operaciones en el país azteca, frente a las pérdidas operativas registradas en el primer trimestre de 2006. En términos absolutos, Brasil es el mayor contribuidor al OIBDA de Telefónica Latinoamérica con el 43,7%, seguido por Venezuela (14,1%) y Argentina (12,7%).

La **inversión (CapEx)** del Grupo Telefónica Latinoamérica al cierre del mes de marzo se situó en 426 millones de euros, con un crecimiento interanual del 19,5%, destinado en gran medida a la expansión de banda ancha, televisión y el desarrollo de las redes GSM. Al cierre del mes de marzo Telefónica Latinoamérica alcanzó un **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** de 1.287 millones de euros, con un crecimiento del 9,9% en euros corrientes.

Al cierre del primer trimestre de 2007, el Grupo Telefónica Latinoamérica gestiona 117,0 millones de accesos, un 14,1% más que en 2006, gracias al crecimiento registrado por los clientes de telefonía celular que, con un incremento interanual del 15,6%, superan los 85,6 millones, por las elevadas tasas de crecimiento registradas en prácticamente todos los países, destacando los casos de Argentina (+32,5% interanual), México (+42,1%) y Venezuela (+36,2%). También contribuye positivamente al crecimiento de la planta de accesos en Latinoamérica la incorporación de Telefónica Telecom, que cuenta con 2,3 millones de accesos de telefonía fija y 94.300 accesos minoristas a Internet de banda ancha. Los accesos de telefonía fija alcanzan los 23,8 millones, un 9,1% más que en marzo 2006, por la mencionada incorporación de Telefónica Telecom, y por el crecimiento de accesos de telefonía fija en Perú (+6,0% interanual). Los accesos minoristas a Internet de banda ancha del grupo continúan con un fuerte ritmo de crecimiento superando los 4,0 millones de accesos, lo que supone un crecimiento interanual del 38,1% gracias al esfuerzo comercial que se viene realizando en todas las operadoras. En cuanto a los accesos de TV de pago, Telefónica Latinoamérica ya cuenta con más de 700.000 clientes, con operaciones en Perú, Chile y Colombia.

BRASIL

Telefónica Latinoamérica registró un **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** de 1.801 millones de euros en Brasil, con un incremento en moneda local del 2,8% en comparación con el

Telefónica Latinoamérica

mismo período del año anterior, mientras que el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** asciende a 749 millones de euros, mostrando un incremento interanual en moneda local del 2,8%, gracias a la significativa mejora de los resultados de Vivo. Por otro lado, la **inversión (CapEx)** registrada en el primer trimestre del ejercicio asciende a 170 millones de euros, un 23,9% más en moneda local respecto al mismo periodo del año anterior por las mayores inversiones ejecutadas por Telesp.

Desde el punto de vista operativo, Telefónica Latinoamérica contaba a cierre de marzo con 44,6 millones de accesos en Brasil, 2,5% menos que en marzo de 2006, como consecuencia del ajuste del parque realizado por Vivo en el segundo trimestre de 2006, así como por un retroceso en la planta de accesos de telefonía fija de Telesp.

TELESP

A finales del mes de marzo Telesp gestiona 15,6 millones de accesos, un 0,3% menos que a marzo de 2006, por la reducción en el número de accesos de telefonía fija, afectado por el fuerte crecimiento de la telefonía móvil registrado en el país. Los accesos de telefonía fija se sitúan en 12,0 millones (-2,7% interanual) de los que en torno al 19% son líneas prepago o con límite de consumo.

En 2007 el mercado de banda ancha ha experimentado un fuerte crecimiento, más del 45% respecto al primer trimestre de 2006. Telesp ha conseguido captar el 54% de este crecimiento, aumentando su planta de accesos a Internet de banda ancha minorista, hasta 1,7 millones de accesos (+29,3% interanual). Con el objetivo de reforzar nuestra posición competitiva así como de aumentar nuestra oferta de productos, a finales de 2006, fue firmado un acuerdo comercial con TVA para realizar ofertas conjuntas de ADSL+TV, estas ofertas han contribuido con más de diez mil nuevos clientes de Speedy en el primer trimestre del año. En el mismo sentido, se ha realizado una alianza comercial con DTHi, empresa prestadora de servicios de TV Satelital digital, para realizar ofertas conjuntas de TV+ADSL. Dichas ofertas han contribuido con más de 17.000 clientes de banda ancha en los primeros tres meses del año. Tras la aprobación de la licencia de DTH por parte de ANATEL se espera lanzar una oferta de TV Digital Telefónica en los próximos meses.

El tráfico de voz cursado por Telesp, 16.829 millones de minutos, presenta una caída interanual del 6,1%, producto principalmente de la caída del tráfico local (-9,5% interanual), debido a la menor planta y a un menor consumo por línea. La operadora está compensando este resultado con una mayor venta de paquetes de tráfico, que consiguen reducir el efecto negativo del reajuste tarifario ocurrido en julio de 2006 y de la contracción del mercado producto de la expansión de la telefonía móvil. También el tráfico de larga distancia se reduce (-5,4% interanual), principalmente el interestadado, como consecuencia de la contracción del mercado (-16,1% interanual) y a pesar del incremento en la participación en el mismo.

Desde el punto de vista regulatorio, merece destacarse que a partir del 1 de enero se redujo en un 20% la tarifa de interconexión de uso de red fija, de acuerdo a lo previsto por el contrato de concesión, vigente desde enero de 2006, y el 13 de febrero entró en vigor la resolución 458 que establece la modulación horaria para el cargo de terminación de llamadas (TU-RL), que fija una reducción de la misma del 30% durante el horario reducido. Por otra parte, a mediados de marzo Telesp recibió, por parte de ANATEL, licencia para operar servicios de Televisión Satelital (DTH). También merece destacarse que el proceso de migración de facturación de pulsos a minutos comenzó a implantarse a mediados del mes de marzo, estando previsto que se complete el proceso a finales de julio.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** de Telesp alcanzó 1.359 millones de euros en el primer trimestre de 2007, disminuyendo un 0,3% en moneda local respecto del primer trimestre de 2006. Este leve deterioro en el nivel de ingresos se explica por la caída en los ingresos del negocio tradicional (-1,5% en moneda local), influido por el reajuste negativo de tarifas de julio 2006 (-0,38% en las tarifas locales y -2,73% en las tarifas de larga distancia), la pérdida de planta facturable de telefonía básica, y la reducción en enero de 20% en las tarifas de interconexión local. En sentido contrario, contribuye de forma positiva el incremento de los ingresos de banda ancha (+15,2% en moneda local), impulsado por el crecimiento de planta, que permite que los ingresos del negocio de Internet (banda estrecha + banda ancha) aumenten un 12,2% interanual, y eleven su participación en el total de los ingresos de la compañía del 8,2% del primer trimestre de 2006 al 9,2% en el mismo periodo de 2007.

Los **gastos por operaciones** muestran un crecimiento interanual del 4,1% en moneda local, principalmente por mayores gastos por servicios exteriores (+8,3% en moneda local, por una mayor

Telefónica Latinoamérica

actividad comercial registrada en la compañía). Adicionalmente la operadora, que ha llevado a cabo un proceso de migración de sistemas de facturación y cobros, registra un incremento significativo en la provisión para deudores morosos (+45,1% en moneda local), lo que lleva a que la provisión de incobrables sobre ingresos se sitúe en el 3,3%. Los gastos de personal (-6,3% en moneda local) muestran los beneficios de los programas de reestructuración de plantilla realizados en marzo de 2006 y febrero de 2007. Los gastos de aprovisionamiento aumentan un 1,4% en moneda local, a pesar de la reducción del 20% en la tarifa de interconexión local, producto principalmente del mayor tráfico de SMP.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de Telesp en el primer trimestre alcanza 601 millones de euros un 0,3% superior al del mismo periodo del año anterior en moneda local, favorecido por la venta de activos. El margen de OIBDA se sitúa en 44,2%, 0,2 p.p. superior al del primer trimestre de 2006.

La **inversión (CapEx)** acumulada a marzo asciende a 127 millones de euros, un 48,8% mayor al registrado en el mismo periodo de 2006 en moneda local, por las mayores inversiones en banda ancha y TV de pago, así como un aumento en el robo de cables. Así, el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** se sitúa en 473 millones de euros.

VIVO

Los resultados de Vivo durante el primer trimestre consolidan la tendencia de mejora iniciada a mediados del ejercicio anterior, reforzando el trabajo realizado en la doble vertiente de mejora de la satisfacción del cliente y crecimiento con rentabilidad. A esto se unen los resultados positivos de las acciones definidas en su plan de actuación, concretadas en la reducción durante el trimestre en más de un 95% del número de casos de clonaje respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, y la integración de los sistemas de billing y la plataforma de prepago.

Por otro lado, cabe destacar el lanzamiento comercial de la red GSM en ambos segmentos (contrato y prepago) a nivel nacional, lo que permitirá mejorar la posición competitiva de la compañía. La buena acogida por parte del mercado permite alcanzar el 16% del total de altas en el periodo. Adicionalmente, Vivo se sitúa como la única operadora que ofrece soluciones en dos tecnologías, ofreciendo la tecnología CDMA/EVDO como mejor solución de datos del mercado.

El parque de Vivo se sitúa en 29,0 millones de clientes (-3,7% respecto al primer trimestre de 2006) en un mercado que alcanza una penetración estimada del 56%, lo que supone un crecimiento respecto al primer trimestre del 2006 de 5 p.p., manteniéndose la ralentización del crecimiento del mercado observada en trimestres anteriores.

La actividad comercial de Vivo ha supuesto un volumen de altas de 2,2 millones en el primer trimestre, ligeramente por debajo de los dos trimestres anteriores, lo que es destacable dada la ausencia de grandes campañas comerciales entre enero y marzo. Respecto al mismo trimestre de 2006 las altas se incrementan un 13,2%. Las promociones de incentivo al tráfico en prepago y la mejor capacidad de captación de contrato derivada del lanzamiento de los nuevos planes "Vivo Escolha" (más del 20% del parque contrato), han conseguido mejorar sustancialmente la percepción de la oferta comercial por parte del mercado. Las altas brutas en contrato aumentan un 34% respecto al primer trimestre del ejercicio anterior, elevando el peso del segmento contrato hasta el 19,5% del parque total.

Estos planes "Vivo Escolha" suponen una nueva concepción de planes contrato más simples y flexibles que, además de los minutos base hacia cualquier destino, permiten al cliente mediante paquetes adicionales, personalizar su plan en función del perfil, ya sea en minutos on-net, SMS, larga distancia y roaming.

Respecto a los resultados financieros, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del trimestre asciende a 526 millones de euros (+10,9% en moneda local frente al mismo periodo de 2006). Los ingresos de servicio en moneda local crecen un 13,2% frente a 2006 fundamentalmente por los mayores ingresos de interconexión (+27,6%), consecuencia de la supresión de la regla Bill & Keep. Descontando este efecto, los ingresos del servicio en el trimestre caerían un 1,4% en moneda local.

Destacar la buena evolución de los resultados en el segmento de prepago, con un incremento del ARPU de salida del 24% producto de la buena acogida de las promociones de incentivo al tráfico, que se traduce en una mejora de los ingresos de salida del 20%.

Telefónica Latinoamérica

En el primer trimestre se alcanza un **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de 149 millones de euros, un 14,3% superior al mismo trimestre de 2006 en moneda local. Destaca la contención de los gastos comerciales derivada en parte de la participación de las altas GSM sobre el total de altas con terminal, así como la fuerte reducción de los gastos por impagados consecuencia de la reducción de los casos de fraude y clonaje. El margen OIBDA se sitúa en el 28,3%, con una mejora de casi 1 p.p. frente al mismo periodo del año anterior. Sin tener en cuenta el impacto del Bill & Keep el crecimiento del OIBDA hubiera sido del 12,8%, y el margen se hubiera situado en el 31,5%.

ARGENTINA

La evolución del negocio de Telefónica Latinoamérica en Argentina durante el primer trimestre del año continúa mostrando un fuerte crecimiento tanto del negocio móvil como del fijo, que se traduce en un crecimiento, en moneda local, del **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del 21,0% que alcanza los 561 millones de euros y del **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** del 29,7% hasta alcanzar los 217 millones de euros. Telefónica gestiona en Argentina 17,5 millones de accesos gracias a su posicionamiento destacado en el mercado, donde es líder del mercado de banda ancha en su zona de influencia superando los 588.000 accesos y del mercado móvil con 11,8 millones de clientes en un mercado que ya supera el 80% de penetración. La **inversión (CapEx)** del primer trimestre de 2007 asciende a 41 millones de euros.

TELEFÓNICA DE ARGENTINA

Telefónica de Argentina (TASA) gestiona al finalizar el primer trimestre de 2007 5,7 millones de accesos (+3,4% respecto al mismo periodo del año anterior), gracias al incremento interanual tanto de los accesos de telefonía fija (+1,6%) hasta situarse en 4,6 millones, como al fuerte crecimiento de los accesos minoristas a Internet de banda ancha (+69,7%), que superan los 588.000.

El tráfico total de voz se incrementa ligeramente frente al primer trimestre de 2006. El tráfico local decrece ligeramente un 3,8%, afectado por el menor tráfico fijo-fijo que se compensa en parte por el buen comportamiento del tráfico fijo-móvil. Los crecimientos del tráfico de larga distancia (+2,1%), junto con el buen comportamiento del tráfico de interconexión (+11,3%) y el tráfico de Red Inteligente (+63,0%) compensan la disminución del tráfico de telefonía pública, afectado por la expansión del negocio móvil.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del negocio de telefonía fija asciende a 247 millones de euros mostrando un crecimiento del 14,9% en moneda local, apoyado en el crecimiento de los ingresos del negocio tradicional (+10,9%) y del negocio de Internet y banda ancha (+43,4%). Este crecimiento está afectado por el cambio de contabilización de los gastos por corresponsalías, que a partir de septiembre pasaron a contabilizarse dentro de los gastos operativos, dejando de netear la línea de ingresos, con efecto 1 de enero de 2006. Descontando este efecto en 2006, el incremento de ingresos sería del 11,5% en moneda local. Los ingresos del negocio tradicional crecerían 7,0% excluyendo el efecto de las corresponsalías, gracias al buen comportamiento de los paquetes de minutos locales, del tráfico de interconexión, sobre todo el proveniente de las operadoras móviles y del alquiler de medios de capacidad. El crecimiento de los ingresos por paquetes se ve favorecido por el lanzamiento, a mediados de 2006, de la tarifa plana por llamada y por la redefinición de los paquetes a finales de 2006. Los ingresos del negocio de Internet y banda ancha, con un aumento interanual del 43,4% en moneda local, representan ya el 13,4% de los ingresos totales y reflejan la expansión de la banda ancha, cuyos ingresos crecen un 62,1% respecto al mismo periodo del año anterior, compensando la caída de los ingresos de banda estrecha. El buen comportamiento de la banda ancha está apoyado en la fuerte comercialización durante el último trimestre de 2006 del paquete de minutos de voz y de banda ancha (DUO) que alcanza los 64.300 usuarios. Los negocios de datos y tecnologías de la información continúan mostrando un fuerte avance (+14,9% en moneda local) como consecuencia de los circuitos punto a punto, los servicios satelitales y los proyectos llave en mano.

Los **gastos por operaciones** presentan un crecimiento del 16,0% en moneda local (9,7% excluyendo el impacto de las corresponsalías) respecto al primer trimestre de 2006 por mayores gastos de personal (+17,1% en moneda local), fundamentalmente por los mayores salarios y por las indemnizaciones y por los gastos por aprovisionamientos, que excluyendo el impacto de las corresponsalías, aumentan un 19,9% en moneda local, impactados por el aumento de los costes de interconexión y por mayores compras de equipos para su venta.

Telefónica Latinoamérica

El ratio de provisión de incobrables sobre ingresos continúa por debajo del 1% gracias a la buena gestión de cobros y al volumen de planta prepago o con límite de consumo que se sitúa en torno al 30% del total de la planta.

TASA alcanza un **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en el primer trimestre del año de 119 millones de euros, lo que supone un incremento del 11,9% en moneda local.

La **inversión (CapEx)** se sitúa en 27 millones de euros, un 3,7% en moneda local por debajo de la realizada en el primer trimestre de 2006, destinando prácticamente la mitad del mismo al desarrollo de la banda ancha y nuevos negocios. El **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** del negocio fijo en Argentina alcanza los 92 millones de euros.

TEM ARGENTINA

Durante el primer trimestre de 2007 el mercado móvil argentino sigue creciendo de manera notable. De este modo la penetración alcanza el 82%, lo que supone un crecimiento de más de 4 p.p. en el primer trimestre del año y de 22 p.p. superior a la de marzo 2006.

La ganancia neta en el primer trimestre de 2007 asciende a 613.581 nuevos clientes, un 5,9% superior a la obtenida en el primer trimestre de 2006, apoyada en un ligero crecimiento de las altas frente al mismo trimestre de 2006 (+6,5%) y en mayor medida al buen comportamiento del churn, que se sitúa en el 1,9% (-0,5 p.p. frente al primer trimestre de 2006). La compañía cierra el trimestre con 11,8 millones de clientes lo que significa un incremento del parque del 32,5% comparado con marzo de 2006. El peso de GSM sobre el parque total alcanza ya el 77% (+19 p.p. respecto a marzo de 2006).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** mantiene la buena evolución mostrada en trimestres anteriores y totaliza 337 millones de euros, presentando un incremento en moneda local del 26,0% frente al primer trimestre de 2006. Los ingresos del servicio, crecen un 26,5% en moneda local frente al mismo periodo de 2006, apoyándose una vez más en la buena evolución de los ingresos de salida, y en particular de los ingresos de prepago.

El crecimiento de los ingresos, unido a los menores costes comerciales unitarios así como el menor peso relativo de los costes de operaciones sobre ingresos, ha permitido incrementar el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** un 60,8% en moneda local, lo que supone alcanzar 98 millones de euros en el primer trimestre del año. El margen OIBDA se sitúa en el 29,0%, mejorando 6,3 p.p. frente al año anterior.

La **inversión (CapEx)** del primer trimestre de 2007 asciende a 14 millones de euros, lo que permite situar el **flujo de caja operativo (OIBDA-Capex)** en 84 millones de euros.

CHILE

A cierre del trimestre Telefónica Latinoamérica gestiona en Chile 8,7 millones de accesos un 5,5% más que en marzo del año anterior, debido fundamentalmente al crecimiento de los clientes de telefonía móvil del 8,1%, y al ligero incremento de planta en el negocio fijo (+0,8% interanual), en el que el notable crecimiento en los accesos de banda ancha (+52,9%), y el lanzamiento del servicio de TV satelital en el segundo trimestre de 2006, compensan la pérdida de accesos de telefonía fija.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** presenta un crecimiento acumulado del 10,0% en moneda local en el primer trimestre, alcanzando los 423 millones de euros, gracias a la buena evolución del negocio móvil en el país. Mientras que el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** consolidado registrado asciende a 164 millones de euros, un 22,5% más en moneda local que el año anterior, con aportaciones positivas tanto del negocio móvil como del fijo.

Desde el punto de vista inversor, la **inversión (CapEx)** ejecutada por Telefónica Latinoamérica en Chile asciende a 78 millones de euros, un 44,2% superior en moneda local al del mismo trimestre de 2006.

TELEFÓNICA CHILE

En términos interanuales, Telefónica Chile ha logrado crecer levemente en el número de accesos que gestiona (+0,8%), alcanzando los 2,9 millones, pese al entorno de fuerte competencia en el mercado chileno y a la baja extraordinaria de líneas prepago registrada el año anterior. La

Telefónica Latinoamérica

estrategia de Triple Play de la operadora ha permitido compensar la caída registrada en líneas de telefonía fija (-9,5% interanual hasta 2,2 millones, afectado por los ajustes en la planta prepago realizados el año anterior) con mayores accesos de banda ancha y televisión mediante la venta de paquetes Dúo y Trío. A cierre de marzo 2007, Telefónica Chile continúa siendo el claro líder del mercado chileno de telefonía fija (por número de accesos) con una cuota total estimada del 67% del mercado. Por otro lado, Telefónica Chile continúa como líder del mercado de banda ancha en el país, con una cuota estimada del 49%, habiendo alcanzado 528.200 accesos a Internet de banda ancha minorista (+52,9% interanual). En el negocio de TV digital por satélite (DTH) Telefónica Chile continúa creciendo en número de clientes, habiendo alcanzado 129.100 a cierre del periodo, consolidándose como segundo operador por número de clientes en el mercado chileno, con una cuota en torno al 11,5%.

En los primeros meses de 2007, Telefónica Chile continúa defendiendo su cuota de ingresos, en el entorno de mercado más competitivo de la región y con una gran penetración de la telefonía móvil. La tendencia en cuanto a ingresos en los anteriores trimestres se confirma en 2007, con fuertes crecimientos en los nuevos negocios (banda ancha y TV de pago, principalmente), que compensan los menores resultados en el negocio de telefonía tradicional. A cierre del mes de marzo, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** acumulado ascendió a 235 millones de euros, prácticamente en los mismos niveles del primer trimestre de 2006 (-0,1% en moneda local). Por negocios, destaca el crecimiento en ingresos de Internet y banda ancha (banda estrecha + banda ancha + TV), un 75,3% superiores a los del primer trimestre de 2006 en moneda local, debido al crecimiento en accesos minoristas a Internet de banda ancha y al lanzamiento de la TV satelital en junio 2006. Así, esta partida de ingresos aumenta su aportación a las ventas de la compañía hasta el 16,5%, frente al 9,5% de primer trimestre de 2006. Los ingresos del negocio tradicional de telefonía caen un 7,6% en moneda local, afectados por la pérdida de líneas, reduciendo su aportación a los ingresos de la compañía hasta el 77,3% (6,9 p.p. menos que en el mismo periodo de 2006). Por otro lado, los ingresos de datos y tecnologías de la información caen de manera conjunta un 1,4% en moneda local.

Los **gastos por operaciones** de Telefónica Chile muestran una caída interanual del 4,6% en moneda local, afectados positivamente por el cargo extraordinario registrado en el primer trimestre de 2006 por el programa de reestructuración de plantilla realizado entonces. Los costes por aprovisionamientos crecen levemente (+0,3% en moneda local), debido a los gastos derivados del negocio de Televisión (principalmente espacio satelital y contenidos) compensados por los menores gastos de interconexión, fruto del menor tráfico registrado. Los gastos de personal (sin tomar en cuenta gastos de reestructuración de plantilla) se reducen levemente (-0,4% en moneda local) ya que, pese a la reducción realizada en 2006, se han internalizado algunas actividades tras la entrada en vigor de la nueva Ley de Subcontrataciones en Chile. Los gastos por servicios exteriores muestran un crecimiento del 18,3% frente al acumulado a marzo de 2006 por el incremento del gasto en campañas publicitarias (principalmente para los productos de TV, Dúo y Trío), gastos de atención al cliente, mantenimiento de planta y comisiones por ventas. El gasto por la provisión de incobrables muestra una caída del 4,4% interanual en moneda local, situándose en un 3,0% sobre ingresos.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** acumulado en el primer trimestre de 2007 ascendió a 93 millones de euros, un 13,8% superior en moneda local al del mismo periodo del ejercicio anterior.

Telefónica Chile acumuló una **inversión (CapEx)** de 36 millones de euros durante el primer trimestre de 2007, un 37,7% superior en moneda local, al mismo periodo del año anterior debido principalmente al proyecto de TV, al crecimiento en banda ancha y a proyectos de mejora de calidad del servicio. El **flujo de caja operativo (OIBDA - CapEx)** alcanzado en los tres primeros meses del ejercicio asciende a 57 millones de euros.

TEM CHILE

En Chile, el elevado nivel de competencia ha acelerado el crecimiento del mercado de móviles, hasta alcanzar en marzo de 2007 una penetración estimada del 84%, con un avance de más de 10 p.p. frente a marzo del año anterior.

Telefónica Móviles Chile, mantiene el liderazgo del mercado, alcanzando los 5,8 millones de clientes a cierre del primer trimestre, impulsado por las altas en GSM, con un 78% del parque en esta tecnología. Los clientes de contrato (1,3 millones, +33% interanual) empujan un crecimiento de la

Telefónica Latinoamérica

base de clientes del 8,1% en el acumulado del año, que se refleja en una ganancia neta en el primer trimestre de 87.000 nuevos clientes, (+46% respecto al mismo período de 2006).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** muestra un crecimiento interanual en moneda local del 20,7%, alcanzando 209 millones de euros. Por su parte, los ingresos de servicio crecen un 18,0% en moneda local en el primer trimestre de 2007 frente al mismo período de 2006, lo que refleja la evolución positiva del ARPU (+8,4% respecto al primer trimestre de 2006) y MoU (98 minutos, +15,3% interanual), apoyada principalmente en el proceso migratorio a GSM, al “upgrade” de planes y la venta de paquetes de minutos y SVAs.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)**, con un crecimiento acumulado del 35,7% en moneda local, alcanza los 72 millones de euros, recogiendo el buen comportamiento de los ingresos y la mayor eficiencia en costes. El margen OIBDA acumulado en el primer trimestre de 2007 alcanza el 34,2%, 3,8 p.p. por encima del obtenido el primer trimestre de 2006 gracias a la mayor eficiencia, y a pesar del mayor esfuerzo comercial realizado por las acciones derivadas de la migración tecnológica y al incremento de la agresividad del mercado.

PERÚ

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre asciende a 370 millones de euros, un 9,7% superior en moneda local al registrado en el mismo período del año anterior. El crecimiento de los ingresos se explica principalmente por el buen comportamiento de los ingresos de salida del negocio móvil y por el crecimiento de los ingresos de Internet y banda ancha en el negocio fijo. El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** se sitúa en 144 millones de euros, creciendo respecto al primer trimestre de 2006 un 0,3% en moneda local gracias a la mejora significativa en los resultados del negocio móvil, que compensa el retroceso en el OIBDA del negocio fijo. Por otro lado, la **inversión (CapEx)** ejecutada en Perú en el primer trimestre de 2007 asciende a 29 millones de euros, un 3,6% superior en moneda local a la registrada en el mismo período de 2006.

Como proyectos comunes entre los negocios fijo y móvil cabe destacar el lanzamiento a mediados de marzo del proyecto IRIS (telefonía fija inalámbrica).

A cierre de marzo Telefónica Latinoamérica gestiona 9,3 millones de accesos en Perú, lo que supone un incremento interanual del 33,7%, gracias al fuerte crecimiento de los clientes móviles (+53,9% interanual), que alcanzan los 5,7 millones. En menor medida, también contribuyen positivamente los accesos de telefonía fija (+6,0% interanual) y los accesos minoristas a Internet de banda ancha (+38,3% interanual).

TELEFÓNICA DEL PERÚ

Telefónica del Perú registra un crecimiento de los accesos del 11,0% alcanzando los 3,6 millones de accesos gracias al éxito de las campañas comerciales realizadas. Continúa el buen comportamiento registrado en el año anterior en los accesos de telefonía fija (+6,0% interanual hasta los 2,5 millones), en los accesos a Internet de banda ancha minorista (+38,3% interanual hasta 497.676) y los accesos de televisión (+18,2% interanual hasta 561.098 clientes: 530.781 de TV por cable y 30.317 de TV satelital).

El tráfico de voz muestra un importante crecimiento respecto al mismo período del año anterior (+5,0% interanual), fruto del mayor tráfico local, tanto fijo-fijo como fijo-móvil, y de interconexión, principalmente por tráfico de entrada internacional, lo que compensa la caída experimentada en el tráfico de telefonía de uso público como consecuencia de la mayor competencia, los locutorios informales y el notable incremento de penetración de la telefonía móvil en Perú.

Durante el primer trimestre del año se ha dado cumplimiento a lo establecido en el acuerdo alcanzado con el gobierno peruano en diciembre de 2006, destacando: i) la reducción en la renta mensual (hasta un 29%) lo que beneficiaría a 1,5 millones de clientes, ii) la nueva tarifa de Telefonía de Uso Público, iii) ampliación de la vigencia de tarjetas y iv) creación de cinco nuevos planes al segundo. Cabe destacar el lanzamiento de la telefonía fija inalámbrica (15 de marzo) lo que permitirá ampliar la cobertura de telefonía fija en el país.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** registrado en el primer trimestre asciende a 266 millones de euros (-1,2% en moneda local). Los ingresos del negocio tradicional disminuyen un 6,1% en moneda local debido a la caída de los ingresos de telefonía de uso público (-21,7% en moneda

Telefónica Latinoamérica

local), afectados por la sustitución fijo-móvil y el incremento de competencia. También se registran menores ingresos de cuotas de abono al aplicarse la reducción de tarifas acordada con el gobierno. Por otro lado, los ingresos de Internet y banda ancha (banda estrecha + banda ancha + TV) continúan siendo el motor de crecimiento de los ingresos de la compañía, mostrando un crecimiento interanual del 22,1% en moneda local (y aumentan su contribución al total de ingresos hasta el 22,8%, 4,3 p.p. más que en el mismo periodo de 2006), como consecuencia del buen comportamiento de los ingresos de banda ancha (+28,2% en moneda local) y televisión (+17,2% en moneda local), gracias a la fuerte actividad comercial que se ha llevado a cabo en ambos negocios. Por su parte, los ingresos de datos crecen en moneda local un 2,4%, y los de tecnologías de la información caen un 17,8% en moneda local, por el menor volumen de proyectos (en 2006 hubo elecciones generales lo que generó importantes proyectos con la ONPE, Oficina Nacional de Procesos Electorales de Perú).

Los **gastos por operaciones** crecen un 4,2% en moneda local con respecto al año anterior, principalmente por el incremento en los gastos de aprovisionamientos (+11,9% en moneda local) como consecuencia de los mayores gastos de interconexión (por mayor tráfico fijo-móvil y de larga distancia internacional, así como por el reajuste de los costes de corresponsalías a gastos operativos, que en los tres primeros trimestres de 2006 se registraban como menores ingresos), y en menor medida por los mayores gastos en servicios exteriores (+1,8% en moneda local), debido al mayor gasto en seguridad de la planta con el fin de reducir el robo de cable y a las mayores comisiones por venta debido a la mayor actividad comercial tanto en banda ancha, TV como en el negocio tradicional. En sentido contrario, los gastos de personal disminuyen un 2,1% en moneda local debido a la menor plantilla tras la venta de TUMSAC en 2006, mientras que la provisión por insolvencias cae un 9,4% en moneda local, situándose en el 1,2% de los ingresos, favorecida por el elevado porcentaje de planta prepago o con control de consumo (en torno al 60%).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** se sitúa en 107 millones de euros, un 9,3% inferior en moneda local al del mismo periodo de 2006 como consecuencia de los menores ingresos, el crecimiento de los gastos operativos y el mayor registro de contingencias fundamentalmente de tipo laboral y tributario.

El margen del OIBDA se sitúa en el 40,1%, 3,7 p.p. por debajo del mostrado en marzo de 2006. La **inversión (CapEx)** cae un 9,2% en moneda local situándose en 15 millones de euros, mientras que el **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)** asciende a 91 millones de euros.

TEM PERÚ

El mercado celular peruano mantiene en este trimestre el fuerte dinamismo mostrado durante todo el año anterior. De esta forma, la penetración registra un incremento de más de 13 p.p. respecto a marzo de 2006, superando el 35%.

La mayor agresividad comercial de la compañía se refleja en la evolución positiva de la ganancia neta (533.800 nuevos clientes), que más que se duplica con respecto a la obtenida en el primer trimestre del ejercicio anterior (+136%).

El parque de Telefónica Móviles Perú asciende a 5,7 millones clientes (+53,9% respecto a marzo de 2006), con un 54% de los mismos en GSM.

Continúa el buen comportamiento del consumo, especialmente en prepago, debido al éxito de las campañas de promociones basadas en duplicar o triplicar el valor de las recargas, y que se ve reflejado en que un trimestre más se mantiene el crecimiento en los consumos unitarios, aumentando el MoU total (85 minutos) un 20% frente al primer trimestre de 2006 y un 9% respecto al cuarto trimestre de 2006, mientras que el ARPU crece un 3,9% interanual en moneda local.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** acumulado a marzo de 2007 ascienden a 133 millones de euros, aumentando un 41,7% en moneda local respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Cabe destacar el buen comportamiento de los ingresos de servicio que crecen interanualmente un 53,9% en moneda local, apoyado principalmente en el incremento de los ingresos de salida de prepago (+182,8% respecto al primer trimestre de 2006 en moneda local), sensiblemente por encima del crecimiento de parque medio, con un consumo que sigue mostrando elasticidad ante las promociones de tráfico efectuadas.

El crecimiento de los ingresos y la mejora de la eficiencia operativa, a pesar de la mayor actividad comercial, llevan al **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** a registrar un incremento

Telefónica Latinoamérica

del 43,3% en moneda local frente al primer trimestre del ejercicio anterior. El margen en el trimestre alcanza el 28,2% (+0,3 p.p. frente al registrado en el primer trimestre de 2006).

COLOMBIA

Durante el primer trimestre del 2007, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del negocio móvil y fijo alcanza los 352 millones de euros, de los cuales, casi el 50% de los mismos corresponden a Telefónica Telecom, que comenzó a consolidarse en el Grupo Telefónica a partir de mayo del 2006.

El **OIBDA** a cierre de marzo de 2007, asciende a 100 millones de euros, aportando Telefónica Telecom un 76,7%, tras recoger el negocio móvil el impacto negativo de la migración de tecnológica de clientes TDMA/CDMA a GSM. De esta manera, el margen OIBDA se sitúa durante el primer trimestre en 28,3%.

TELEFÓNICA TELECOM¹

Los accesos de Telefónica Telecom ascienden a 2,3 millones (7,2% interanual) a cierre de marzo de 2007, destacando el fuerte desarrollo de la Banda Ancha que ha registrado un crecimiento respecto al mismo periodo del ejercicio anterior del 384%, alcanzando un total de 94,300 accesos a cierre de marzo de 2007.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del negocio de telefonía fija asciende a 167 millones de euros, mostrando una contracción del 1,2% en moneda local como resultado de la sustitución fijo-móvil que a su vez incide en el tráfico local (-13,3%).

El negocio de Internet presenta un fuerte ritmo de crecimiento de los ingresos (+82,1%) en moneda local frente al año anterior, reflejando el foco de la operadora en estos servicios, incrementando la aportación respecto al total de ingresos del 3,5% en marzo de 2006 al 6,5% en marzo de 2007. El amplio crecimiento en el número de usuarios de Banda Ancha (+384%) compensa la disminución en el negocio de Banda Estrecha (-15,1%) que se ha visto afectado por la migración de la Banda Ancha. La compañía ha maximizado el resultado de este impacto a través de la ampliación de cobertura a nuevas ciudades y municipios, al mismo tiempo que ha reforzado su posición en las zonas donde tiene una posición dominante. Adicionalmente, se ha impulsado el negocio de Banda Ancha comercializando aumentos de velocidad en el segmento negocios e Internet dedicado a clientes empresas.

Al inicio del año se lanzó el producto de TV Satelital, un producto clave para entrar a competir en nuevos mercados, para apalancar la venta de líneas STB de telefonía fija y accesos de Banda Ancha, así como herramienta de fidelización.

Telefonica Telecom alcanza un **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** en el primer trimestre del año de 76 millones de euros, equivalente a un crecimiento del 8,6% en moneda local respecto a 2006; apalancado principalmente en menores gastos y en una fuerte apuesta por la Banda Ancha que muestra un crecimiento de 181,7% en ingresos.

TEM COLOMBIA

El mercado celular colombiano asciende a 28 millones de clientes lo que supone una penetración del 67%. Comparado con el cuarto trimestre de 2006 el tamaño de mercado total aumenta en 0,3 millones de clientes, muy por debajo del crecimiento de mercado del primer trimestre del 2006 (+3,1 millones de clientes).

Esta menor agresividad comercial, unida al repunte del churn asociado a clientes de bajo valor de las agresivas campañas del 2006, se traduce en una ganancia neta negativa de 214.500 clientes en el periodo. El parque se sitúa en 7,5 millones de clientes (+10,7% frente al mismo trimestre del 2006), con un 68% de la base en GSM (+7,9 p.p. frente al cuarto trimestre de 2006).

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** alcanza los 195 millones de euros en el acumulado a marzo de 2007, reflejando un crecimiento en moneda local del 5,8%. Los ingresos de servicio muestran un crecimiento del 9,7% respecto al primer trimestre de 2006.

¹ T. Telecom no formaba parte del perímetro de consolidación del Grupo Telefónica durante el primer trimestre del 2006. Las variaciones publicadas se calculan frente a un primer trimestre 2006 proforma.

Telefónica Latinoamérica

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanza los 23 millones de euros en el acumulado a marzo, lo que supone un empeoramiento del 33,0% en moneda local en la comparativa contra el primer trimestre del año anterior, por la aceleración de las migraciones tecnológicas de clientes TDMA/CDMA a GSM de los clientes de alto valor, y que se espera que se traduzca en una mejora en el churn de TDMA/CDMA en los próximos meses. Por este motivo, el margen registra un empeoramiento de 6,9 p.p. respecto al primer trimestre de 2006, situándose en el 11,9% en el ejercicio (18,8% en el primer trimestre de 2006).

MÉXICO

Durante el primer trimestre de 2007 Telefónica Móviles México, en términos interanuales, aceleró significativamente su actividad comercial, como resultado de las iniciativas desarrolladas durante el ejercicio 2006 para la mejora de su red comercial, de los procesos de atención al cliente y de la calidad de la red, que se apoyan asimismo en el mayor dinamismo del mercado y en la extensión hasta marzo de 2007 de la campaña de Navidad.

A marzo de 2007, la penetración estimada en el mercado mexicano alcanza el 55% (+9 p.p. vs. marzo de 2006) manteniendo su ritmo de crecimiento. La base de clientes de Telefónica Móviles México ha superado a final de marzo de 2007 los 9,3 millones de clientes (de los que 542.400 corresponden a clientes contrato) lo que supone un crecimiento del 42,1% respecto al primer trimestre de 2006. Esta buena evolución del parque se apoya en la buena acogida de las últimas promociones sobre todo en el segmento prepago y en la extensión hasta marzo de 2007 de la promoción de tráfico de la campaña de Navidad, que han permitido alcanzar 1,6 millones de altas en el primer trimestre de 2007, un 57% superiores a las registradas en el mismo periodo del año anterior. Destaca que el nivel de altas alcanzado durante este primer trimestre es significativamente superior al obtenido en el tercer trimestre de 2006, siendo tan sólo un 11% inferior al del cuarto trimestre de 2006 en el que se desarrolla la campaña de Navidad. La mejora en la calidad de las altas durante los últimos trimestres ha permitido que el churn continúe mostrando una tendencia positiva situándose en el primer trimestre de 2007 en 2,9% (respecto al 4,2% del primer trimestre de 2006 y al 3,5% acumulado en el año 2006). De esta forma, la ganancia neta en el primer trimestre asciende a 766.336 clientes, más que triplicando la ganancia neta obtenida en el primer trimestre de 2006.

La buena marcha en la captación viene además acompañada del fuerte crecimiento del tráfico, especialmente de salida y on-net, como resultado de la nueva oferta comercial lanzada, de las continuas promociones de tráfico dentro de la red de la operadora y de la entrada en servicio del sistema "El que llama paga nacional". De este modo, el MoU en el primer trimestre de 2007 asciende a 116 minutos, más que duplicando el consumo del primer trimestre de 2006. Esta mejora se traslada al ARPU, que repunta un 25,8% hasta 135,1 pesos mexicanos.

Como resultado de la buena evolución comercial de la compañía, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre de 2007 asciende a 315 millones de euros y muestra un crecimiento del 66,2% en moneda local respecto al mismo periodo de 2006. Los ingresos de servicio mantienen la tendencia positiva de trimestres anteriores (+66,4% interanual), por encima del crecimiento del parque, reflejando la mayor calidad y consumo de la base de clientes. Este buen comportamiento de los ingresos de servicio se apoya en la evolución de los ingresos de salida (+85,7% en moneda local), por la mejora del tráfico on-net. La buena evolución de los ingresos de entrada (+55,3% en moneda local) se apoya en la puesta en servicio del sistema "El que llama paga nacional".

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** del primer trimestre muestra la buena evolución tanto de los ingresos, como de las mejoras de eficiencia alcanzadas. La intensa actividad comercial de este primer trimestre no ha impedido que el OIBDA alcanzara los 22 millones de euros, frente a las pérdidas en OIBDA de 25 millones de euros para el mismo periodo del ejercicio 2006.

La **inversión (CapEx)** del primer trimestre de 2007 asciende a 38 millones de euros, que unido a la positiva evolución del OIBDA se traslada al **flujo de caja operativo (OIBDA-CapEx)**, que en el primer trimestre de 2007 reduce sus pérdidas a 16 millones de euros.

VENEZUELA

En el primer trimestre de 2007 el parque de Telefónica Móviles Venezuela alcanza los 9,1 millones de clientes (+36,2% respecto al mes de marzo de 2006), tras registrar una ganancia neta de 274.000

Telefónica Latinoamérica

líneas. El conjunto del mercado sigue mostrando un fuerte dinamismo, que se refleja en una penetración alrededor del 72%, más de 20 p.p. de crecimiento interanual.

En la tercera semana de enero de 2007 se lanzó la red GSM con servicio tanto para prepago como para contrato desde el primer momento, siendo la campaña de los enamorados en el mes de febrero la primera protagonizada completamente con terminales en esta tecnología. A lo largo del mes de marzo se ha ampliado mucho la gama de teléfonos ofertados. El mercado ha reaccionado muy bien a esta propuesta, fruto de lo cual las altas en el trimestre se han incrementado un 10,9% frente al año anterior alcanzando las 860.000, de las que casi la mitad han sido ya en GSM. El churn del trimestre se sitúa en el 2,3%, recogiendo en parte el efecto de la fuerte actividad comercial registrada en la campaña de Navidad. Los ingresos del servicio crecen un 35,9%, en línea con el crecimiento del parque. El ARPU (+0,2% en moneda local frente al primer trimestre del 2006), se mantiene estable a pesar de la fuerte competencia y la mayor penetración celular en el mercado venezolano. El éxito de las campañas comerciales, especialmente en prepago (promociones de recarga y terminales), apoyan este comportamiento.

De esta forma los ingresos operativos en el trimestre alcanzan los 520 millones de euros (+25,4% respecto a 2006 en moneda local), afectados principalmente por la reducción de precios de terminales que han venido sucediéndose a lo largo del 2006 como consecuencia del mayor dinamismo del mercado. El OIBDA alcanza los 242 millones de euros, un 39,3% por encima del año anterior en moneda local, gracias al crecimiento de ingresos anteriormente comentado y a la contención de gastos de terminales asociados a la tecnología GSM. El margen OIBDA se ha situado en el 46,5%, lo que supone un incremento de 4,7 p.p. frente al año anterior.

CENTROAMÉRICA

Telefónica Centroamérica (Panamá, Guatemala, El Salvador y Nicaragua) durante el primer trimestre de 2007, incrementó fuertemente su actividad comercial.

A marzo de 2007, la penetración estimada en el mercado Centroamericano alcanza el 51% (+15p.p. frente a marzo de 2006). En este contexto, la base de clientes de Telefónica Centroamérica ha superado a final de marzo de 2007 los 4 millones de clientes (de los que 226.689 corresponden a fixed wireless y 342.820 a clientes contrato) lo que supone un crecimiento del 28,2% respecto al primer trimestre de 2006. Esta buena evolución del parque se apoya en la efectividad de las campañas comerciales realizadas en este primer trimestre y por el fortalecimiento de la presencia en el mercado con la apertura de puntos de ventas. De esta forma, la ganancia neta en el primer trimestre asciende a 183.594 clientes.

A nivel operativo destaca una vez más el fuerte crecimiento del tráfico, especialmente de salida. De este modo, el MoU en el primer trimestre de 2007 ha aumentado 7,3% frente al mismo periodo del año anterior.

Como resultado de la buena evolución comercial de la compañía, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre de 2007 asciende a 147 millones de euros y muestran un crecimiento del 25,1% en términos constantes respecto al mismo periodo de 2006. Los ingresos de servicio mantienen la tendencia positiva de trimestres anteriores (+26,1% interanual), prácticamente en línea con el crecimiento del parque. Este buen comportamiento de los ingresos de servicio se apoya en la evolución de los ingresos de salida (+36,9% en términos constantes), por la mejora del tráfico on-net y por los ingresos de entrada (+22,8% en términos constantes) principalmente por el crecimiento de la base de clientes prepago.

El incremento de la actividad comercial en este primer trimestre no ha impedido que el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanzara los 47 millones de euros un 26,5% superior al mismo periodo del año anterior en términos constantes.

El margen OIBDA se sitúa en 31,7% a cierre de marzo del 2007, lo que supone una mejora de 0,4 p.p. respecto al primer trimestre de 2006.

Telefónica Latinoamérica

ECUADOR

El mercado ecuatoriano ha experimentado un fuerte crecimiento en el último año hasta alcanzar una penetración del 64% en el primer trimestre de 2007 lo que supone un crecimiento de 13 p.p. respecto al primer trimestre del ejercicio 2006.

El parque de Telefónica Móviles Ecuador asciende a 2,5 millones con más de la mitad del parque en GSM.

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** acumulado a marzo de 2007 asciende a 67 millones de euros, disminuyendo un 4,9% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior en moneda local. A pesar de este descenso, cabe destacar la mejoría lograda en este trimestre en los ingresos del servicio que se incrementan un 5% en moneda local respecto al último trimestre del ejercicio anterior.

A pesar del descenso interanual de los ingresos la mayor eficiencia en los gastos permite alcanzar un **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** de 16 millones de euros, equivalentes a un decrecimiento en moneda local del 2,3% interanual. El margen OIBDA asciende a cierre de marzo de 2007 a 24,5% lo que supone una mejora de 0,7 p.p. respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

TELEFÓNICA INTERNATIONAL WHOLESAL SERVICE

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** acumulado por TIWS durante el primer trimestre de 2007 continúa en la senda de fuerte crecimiento con que cerró el año 2006, alcanzando los 65 millones de euros (un 25,0% más que en el primer trimestre de 2006, en euros constantes). Por negocios, destacan los ingresos de IP internacional, que representan más del 52% del total y muestran un crecimiento del 23,3% en moneda constante. Adicionalmente el resto de los negocios también muestran crecimientos positivos: capacidad de ancho de banda (+32,9% en euros constantes), redes privadas virtuales (+26,9% en euros constantes) y servicios satelitales (+91,2% en euros constantes).

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** alcanza los 22 millones de euros (+22,0% en euros constantes), ya que el fuerte crecimiento de los ingresos compensa los mayores gastos por operaciones (+24,6% en moneda constante), por la mayor actividad de la compañía. Pese al fuerte impulso en ingresos, TIWS logra mantener sus márgenes de OIBDA sobre ingresos en un 34,5%, levemente por debajo del año anterior (-0,7 p.p.).

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA ACCESOS

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
Accesos Clientes Finales	102.433,3	106.920,8	109.987,5	114.604,4	116.905,7	14,1
Accesos de telefonía fija (1)	21.823,0	24.002,5	24.072,6	23.916,9	23.810,9	9,1
Accesos de datos e internet	6.061,0	6.206,2	6.563,3	6.723,7	6.757,6	11,5
Banda estrecha (2)	3.030,6	2.872,3	2.931,2	2.813,5	2.615,3	(13,7)
Banda ancha (3) (4)	2.928,7	3.201,9	3.500,2	3.780,3	4.045,6	38,1
Otros	101,7	131,9	131,8	130,0	96,7	(4,9)
Accesos celulares	74.059,9	76.196,7	78.777,4	83.298,4	85.637,0	15,6
Prepago	59.501,0	61.401,3	63.501,6	67.329,9	69.112,7	16,2
Contrato	13.502,0	13.624,1	14.075,4	14.705,4	15.208,7	12,6
Fixed wireless	1.056,9	1.171,3	1.200,4	1.263,1	1.315,5	24,5
TV de Pago	489,3	515,4	574,2	665,3	700,1	43,1
Accesos Mayoristas	64,5	76,8	76,0	65,9	64,6	0,1
Total Accesos Grupo	102.497,8	106.997,6	110.063,5	114.670,3	116.970,3	14,1

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

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

(3) Incluye ISP de banda ancha de Terra Brasil, Telefónica de Argentina, Terra Guatemala y Terra México.

(4) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem, circuitos de banda ancha e ISP de TASA que presta servicios en la zona norte del país.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	4.685	4.317	8,5
Trabajos para inmovilizado (1)	21	22	(4,3)
Gastos por operaciones	(3.039)	(2.845)	6,8
Otros ingresos (gastos) netos	18	38	(53,5)
Resultado de enajenación de activos	29	(2)	c.s.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	(2)	n.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	1.713	1.528	12,1
Amortizaciones de inmovilizado	(841)	(937)	(10,2)
Resultado operativo (OI)	872	591	47,5

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

(1) Incluye obra en curso.

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA ACCESOS POR PAISES (1)

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
BRASIL						
Accesos Clientes Finales	45.756,3	44.095,7	44.484,7	44.716,9	44.599,1	(2,5)
Accesos de telefonía fija (1)	12.370,4	12.336,1	12.295,1	12.107,1	12.033,6	(2,7)
Accesos de datos e internet	3.248,2	3.234,9	3.463,9	3.556,8	3.535,2	8,8
Banda estrecha	1.876,1	1.758,0	1.884,5	1.856,6	1.786,3	(4,8)
Banda ancha (2)	1.307,3	1.382,4	1.485,2	1.608,2	1.690,8	29,3
Otros	64,8	94,5	94,2	92,0	58,1	(10,4)
Accesos celulares	30.137,7	28.524,7	28.725,7	29.053,1	29.030,3	(3,7)
Prepago	24.377,2	23.256,5	23.481,5	23.543,4	23.377,0	(4,1)
Contrato	5.760,5	5.268,1	5.244,1	5.509,6	5.653,2	(1,9)
Accesos Mayoristas	32,7	46,3	46,4	38,4	38,9	18,9
Total Accesos	45.789,0	44.142,0	44.531,1	44.755,3	44.638,0	(2,5)
ARGENTINA						
Accesos Clientes Finales	14.379,8	15.034,4	15.761,5	16.809,4	17.464,1	21,4
Accesos de telefonía fija (1)	4.553,1	4.586,7	4.612,4	4.636,3	4.627,9	1,6
Accesos de datos e internet	912,3	961,6	998,9	973,7	1.023,2	12,2
Banda estrecha	548,9	536,1	504,1	439,2	418,0	(23,8)
Banda ancha (2)	346,5	408,7	477,9	517,7	588,1	69,7
Otros	16,8	16,8	16,8	16,8	17,1	1,7
Accesos celulares	8.914,4	9.486,1	10.150,2	11.199,4	11.813,0	32,5
Prepago	5.535,2	5.951,4	6.498,1	7.315,8	7.753,1	40,1
Contrato	3.210,0	3.373,8	3.499,4	3.742,9	3.925,8	22,3
Fixed wireless	169,2	160,8	152,7	140,7	134,2	(20,7)
Accesos Mayoristas	7,3	7,2	7,2	7,3	7,6	5,1
Total Accesos	14.387,1	15.041,6	15.768,7	16.816,6	17.471,7	21,4
CHILE						
Accesos Clientes Finales	8.208,7	8.368,3	8.435,3	8.538,4	8.670,5	5,6
Accesos de telefonía fija (1)	2.407,0	2.328,0	2.225,9	2.206,2	2.177,4	(9,5)
Accesos de datos e internet	466,7	514,9	538,9	557,7	597,3	28,0
Banda estrecha	110,7	95,6	72,8	53,3	59,0	(46,7)
Banda ancha (2)	345,4	409,0	456,0	494,5	528,2	52,9
Otros	10,6	10,3	10,1	10,0	10,0	(5,6)
Accesos celulares	5.335,0	5.514,9	5.618,1	5.680,2	5.766,8	8,1
Prepago	4.396,0	4.501,9	4.491,6	4.507,6	4.515,7	2,7
Contrato	938,9	1.013,0	1.126,5	1.172,7	1.251,1	33,2
TV de Pago	0,0	10,4	52,4	94,2	129,1	N.C.
Accesos Mayoristas	23,9	22,8	21,9	19,9	17,6	(26,4)
Total Accesos	8.232,7	8.391,0	8.457,2	8.558,3	8.688,1	5,5

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

(2) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA ACCESOS POR PAISES (II)

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
PERÚ						
Accesos Clientes Finales	6.958,8	7.423,1	7.983,8	8.710,9	9.303,2	33,7
Accesos de telefonía fija (1)	2.388,2	2.434,0	2.468,2	2.498,5	2.531,2	6,0
Accesos de datos e internet	414,9	449,8	494,2	525,5	547,4	31,9
Banda estrecha	47,6	52,0	49,6	47,8	40,3	(15,3)
Banda ancha (2)	359,8	389,3	435,7	468,5	497,7	38,3
Otros	7,5	8,4	8,9	9,2	9,4	25,4
Accesos celulares	3.680,9	4.048,9	4.513,8	5.129,8	5.663,5	53,9
Prepago	3.007,6	3.331,1	3.749,7	4.353,3	4.882,3	62,3
Contrato	603,3	648,1	691,9	705,2	711,0	17,9
Fixed wireless	70,1	69,8	72,2	71,3	70,2	0,2
TV de Pago	474,7	490,4	507,5	557,2	561,1	18,2
Accesos Mayoristas	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	(30,6)
Total Accesos	6.959,5	7.423,6	7.984,2	8.711,4	9.303,6	33,7
COLOMBIA						
Accesos Clientes Finales	6.820,8	9.717,9	10.094,9	10.190,0	9.995,9	46,5
Accesos de telefonía fija (1)	0,0	2.210,7	2.362,6	2.359,4	2.346,5	N.C.
Accesos de datos e internet	3,1	33,1	45,4	70,9	94,3	N.C.
Banda estrecha	3,1	3,0	3,1	2,9	0,0	N.C.
Banda ancha (2)	0,0	30,2	42,3	68,0	94,3	N.C.
Otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	N.C.
Accesos celulares	6.817,8	7.474,0	7.687,0	7.759,7	7.545,2	10,7
Prepago	5.283,6	5.721,4	5.883,5	5.960,5	5.734,6	8,5
Contrato	1.534,1	1.752,7	1.803,5	1.799,2	1.810,6	18,0
TV de Pago	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	N.C.
Accesos Mayoristas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	N.C.
Total Accesos	6.820,8	9.717,9	10.094,9	10.190,0	9.995,9	46,5
MÉXICO						
Accesos celulares	6.559,4	6.865,6	7.443,3	8.553,2	9.319,6	42,1
Prepago	6.189,1	6.439,0	6.950,7	8.017,8	8.775,0	41,8
Contrato	369,3	425,3	490,9	533,4	542,4	46,9
Fixed Wireless	0,9	1,2	1,6	2,0	2,2	137,2
Total Accesos	6.559,4	6.865,6	7.443,3	8.553,2	9.319,6	42,1
VENEZUELA						
Accesos celulares	6.683,3	7.820,6	8.025,9	8.826,2	9.100,3	36,2
Prepago	5.659,0	6.665,7	6.813,6	7.520,2	7.724,2	36,5
Contrato	371,7	399,2	431,6	469,4	495,4	33,3
Fixed Wireless	652,7	755,7	780,7	836,6	880,7	34,9
Total Accesos	6.683,3	7.820,6	8.025,9	8.826,2	9.100,3	36,2

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

(2) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA ACCESOS POR PAISES (III)

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
CENTROAMERICA (3)						
Accesos de telefonía fija (1)	104,2	107,0	108,4	109,4	94,4	(9,4)
Accesos de datos e internet	24,6	25,0	25,2	26,0	26,0	5,7
Banda ancha (2)	22,7	23,1	23,4	24,1	24,0	5,6
Otros	1,9	1,9	1,9	1,9	2,0	6,9
Accesos celulares	3.102,6	3.323,0	3.564,8	3.829,5	4.042,1	30,3
Prepago	2.670,1	2.860,7	3.078,9	3.303,1	3.472,5	30,1
Contrato	270,8	280,8	295,0	315,6	342,8	26,6
Fixed Wireless	161,7	181,5	190,9	210,9	226,7	40,2
TV de Pago	14,6	14,5	14,3	14,0	0,0	n.c.
Total Accesos	3.246,0	3.469,6	3.712,8	3.978,9	4.162,5	28,2
ECUADOR						
Accesos celulares	2.328,4	2.554,7	2.393,1	2.490,0	2.481,7	6,6
Prepago	1.948,3	2.161,7	1.984,0	2.133,0	2.116,8	8,6
Contrato	377,7	390,6	406,9	355,3	363,3	(3,8)
Fixed Wireless	2,4	2,3	2,2	1,7	1,6	(30,7)
Total Accesos	2.328,4	2.554,7	2.393,1	2.490,0	2.481,7	6,6
URUGUAY						
Accesos celulares	500,4	584,4	655,4	777,3	874,6	74,8
Prepago	434,7	511,9	569,8	675,3	761,4	75,1
Contrato	65,6	72,5	85,6	102,0	113,2	72,4
Total Accesos	500,4	584,4	655,4	777,3	874,6	74,8

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

(2) Incluye ADSL, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.

(3) Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador y Nicaragua.

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (I)

Datos no auditados (Millones de euros)

		enero - marzo			
		2007	2006	% Var	% Var M Local
BRASIL	Importe neto de la cifra de negocios	1.801	1.836	(1,9)	2,8
	OIBDA	749	764	(1,9)	2,8
	Margen OIBDA	41,6%	41,6%	(0,0 P.P.)	
	CapEx	170	144	18,3	23,9
Telesp	Importe neto de la cifra de negocios	1.359	1.428	(4,8)	(0,3)
	OIBDA	601	628	(4,3)	0,3
	Margen OIBDA	44,2%	44,0%	0,2 P.P.	
	CapEx	127	90	42,0	48,8
Vivo	Importe neto de la cifra de negocios	526	497	5,9	10,9
	OIBDA	149	136	9,1	14,3
	Margen OIBDA	28,3%	27,4%	0,8 P.P.	
	CapEx	43	53	(20,1)	(16,3)
ARGENTINA	Importe neto de la cifra de negocios	561	511	9,9	21,0
	OIBDA	217	184	17,6	29,7
	Margen OIBDA	37,1%	34,4%	2,7 P.P.	
	CapEx	41	65	(36,7)	(30,3)
Telefónica de Argentina	Importe neto de la cifra de negocios	247	236	4,3	14,9
	OIBDA	119	117	1,6	11,9
	Margen OIBDA (1)	41,1%	41,2%	(0,1 P.P.)	
	CapEx	27	31	(12,6)	(3,7)
TEM Argentina	Importe neto de la cifra de negocios	337	295	14,4	26,0
	OIBDA	98	67	46,0	60,8
	Margen OIBDA	29,0%	22,7%	6,3 P.P.	
	CapEx	14	35	(59,2)	(55,1)
CHILE	Importe neto de la cifra de negocios	423	431	(1,7)	10,0
	OIBDA	164	150	9,4	22,5
	Margen OIBDA	38,8%	34,9%	3,9 P.P.	
	CapEx	78	60	28,9	44,2
Telefónica Chile	Importe neto de la cifra de negocios	235	262	(10,4)	(0,1)
	OIBDA	93	91	1,7	13,8
	Margen OIBDA	39,6%	34,9%	4,7 P.P.	
	CapEx	36	29	23,0	37,7
TEM Chile	Importe neto de la cifra de negocios	209	194	7,9	20,7
	OIBDA	72	59	21,2	35,7
	Margen OIBDA	34,2%	30,4%	3,8 P.P.	
	CapEx	42	31	33,7	49,6

El OIBDA se muestra después de ingresos de gerenciamiento. Telefónica de Argentina incluye el negocio ISP de Advance.

(1) Margen sobre ingresos incluye interconexión fijo-móvil.

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (II)

Datos no auditados (Millones de euros)

		enero - marzo			
		2007	2006	% Var	% Var M Local
PERU	Importe neto de la cifra de negocios	370	351	5,5	9,7
	OIBDA	144	150	(3,6)	0,3
	Margen OIBDA	38,9%	42,6%	(3,7 P.P.)	
	CapEx	29	29	(0,4)	3,6
Telefónica del Perú	Importe neto de la cifra de negocios	266	279	(4,7)	(1,2)
	OIBDA	107	122	(12,8)	(9,3)
	Margen OIBDA	40,1%	43,8%	(3,7 P.P.)	
	CapEx	15	18	(12,8)	(9,2)
TEM Perú	Importe neto de la cifra de negocios	133	98	36,2	41,7
	OIBDA	37	27	37,7	43,3
	Margen OIBDA	28,2%	27,8%	0,3 P.P.	
	CapEx	14	12	16,5	21,2
COLOMBIA	Importe neto de la cifra de negocios	352	202	74,1	86,3
	OIBDA	100	37	169,2	188,1
	Margen OIBDA	28,3%	18,3%	10,0 P.P.	
	CapEx	14	22	(36,4)	(31,9)
Telefónica Telecom (2)	Importe neto de la cifra de negocios	167	-	N.C.	N.C.
	OIBDA	76	-	N.C.	N.C.
	Margen OIBDA	45,8%	-	N.C.	N.C.
	CapEx	10	-	N.C.	N.C.
TEM Colombia	Importe neto de la cifra de negocios	195	197	(1,1)	5,8
	OIBDA	23	37	(37,4)	(33,0)
	Margen OIBDA	11,9%	18,8%	(6,9 P.P.)	
	CapEx	4	22	(83,2)	(82,1)
MEXICO (TEM Mexico)	Importe neto de la cifra de negocios	315	215	46,6	66,2
	OIBDA	22	(25)	c.s.	c.s.
	Margen OIBDA	7,1%	(11,8%)	18,9 P.P.	
	CapEx	38	3	N.S.	N.S.
VENEZUELA (TEM Venezuela)	Importe neto de la cifra de negocios	520	452	15,0	25,4
	OIBDA	242	189	27,8	39,3
	Margen OIBDA	46,5%	41,8%	4,7 P.P.	
	CapEx	27	14	98,0	115,8
CENTROAMERICA (3)	Importe neto de la cifra de negocios	147	129	13,8	
	OIBDA	47	41	15,3	
	Margen OIBDA	31,7%	31,3%	0,4 P.P.	
	CapEx	18	11	59,7	
ECUADOR (TEM Ecuador)	Importe neto de la cifra de negocios	67	77	(12,8)	(4,9)
	OIBDA	16	18	(10,3)	(2,3)
	Margen OIBDA	24,5%	23,8%	0,7 P.P.	
	CapEx	4	2	61,8	76,4

El OIBDA se muestra después de ingresos de gerenciamiento.

(2) Telefónica Telecom (antes Colombia Telecom) en 2006 comenzó a consolidarse a partir del mes de mayo, incluyendo Telefónica Data Colombia.

(3) Incluye Guatemala, Panamá, El Salvador y Nicaragua

Telefónica Latinoamérica

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA
DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS (III)

Datos no auditados (Millones de euros)

		enero - marzo			
		2007	2006	% Var	% Var M Local
URUGUAY (TEM Uruguay)	Importe neto de la cifra de negocios	24	18	36,9	50,0
	OIBDA	6	4	52,1	66,6
	Margen OIBDA	26,5%	23,8%	2,6 P.P.	
	CapEx	2	1	197,1	225,4
TIWS	Importe neto de la cifra de negocios	65	53	21,5	25,0
	OIBDA	22	19	19,5	22,0
	Margen OIBDA	34,5%	35,2%	(0,7 P.P.)	
	CapEx	1	2	(74,2)	(74,2)

El OIBDA se muestra después de ingresos de gerenciamiento. Telefónica de Argentina incluye el negocio ISP de Advance y Telefónica del Perú incluye CableMágico.

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Telefónica O2 Europa

Los resultados del primer trimestre de Telefónica O2 Europa se corresponden al periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2007. En el periodo comparable del año anterior se incluyen los resultados del Grupo O2 de los meses de febrero y marzo de 2006, así como los de Telefónica O2 República Checa y Telefónica Deutschland (fusionada con O2 Alemania) correspondientes al periodo de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2006. En el primer trimestre de 2006, O2 Alemania incluye los resultados de Telefónica Deutschland correspondientes a los meses de febrero y marzo.

A 31 de marzo de 2007, el **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** de Telefónica O2 Europa ha sido de 3.534 millones de euros (2.409 millones de euros en 2006) y el **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** ha ascendido a 933 millones de euros (756 millones de euros en 2006). El **resultado operativo (OI)** del primer trimestre ha sido de 15 millones de euros, afectado principalmente por el impacto de las mayores amortizaciones de activos como consecuencia del proceso de Asignación de Precios de Adquisición, que también ha afectado negativamente a la cifra comparable de OI de 2006 hasta alcanzar 73 millones de euros.

La **inversión (CapEx)** registrada por Telefónica O2 Europa en el periodo finalizado el 31 de marzo de 2007 ha ascendido a 493 millones de euros (406 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior).

Cabe destacar los siguientes aspectos estratégicos y operativos:

- **Objetivos superados en Eslovaquia.** El 15 de diciembre de 2006, Telefónica O2 Eslovaquia lanzó una campaña de registro previo en su oferta de lanzamiento “O2 Jednotky” que incluía llamadas on-net de prepago por 2 coronas eslovacas por minuto, y llamadas a todas las demás redes y a la República Checa por 8,50 coronas eslovacas por minuto a cualquier hora del día. Esta campaña generó más de 600.000 solicitudes de pre-registro. Las operaciones comerciales se iniciaron el 2 de febrero de 2007, y en los primeros 12 días se consiguieron más de 110.000 clientes activos. La segunda oferta, “O2 Narovinu”, lanzada en febrero, incluía llamadas a cualquier hora del día a todas las redes de Eslovaquia por una tarifa plana de 8,50 coronas eslovacas por minuto. A finales de marzo, la compañía había conseguido 387.000 clientes activos; a mediados de abril, esta cifra era de más de 400.000 y superaba los planes iniciales, cuyo objetivo era una cuota de mercado del 5% a finales de año.
- **Finalización del análisis estratégico de Airwave.** El análisis estratégico de Airwave, anunciado en diciembre de 2006 y dirigido por JPMorgan Cazenove, culminó el 18 de abril con el anuncio por Telefónica de la firma de un acuerdo definitivo con Guardian Digital Communications Ltd, sociedad participada al 100% por Macquarie Communications Infrastructure Group y Macquarie European Infrastructure Fund II, para la venta de Airwave por un valor total de la empresa de 2.982 millones de euros (2.015 millones de libras esterlinas). La operación se ultimó el 20 de abril de 2007 y generó unos ingresos netos totales de 2.860 millones de euros (1.932 millones de libras esterlinas).
- **O2 amplía la tarifa de roaming “My Europe”.** El alcance del servicio My Europe “high roamer”, que ofrece descuentos de hasta un 70% con respecto a las tarifas estándar de roaming de voz, se ha ampliado considerablemente durante el trimestre. El servicio está actualmente disponible en 19 países europeos para los clientes de O2 Alemania, y en 31 países europeos para los clientes de O2 UK.

En el Reino Unido, el servicio My Europe Extra “high roamer” está disponible desde octubre de 2006 para los clientes que viajen a España. Además de España, el servicio incluye ahora 30 nuevos países, entre ellos Francia, Alemania e Italia. A cambio de una cuota mensual y una única tarifa de 25 peniques por minuto, los viajeros pueden realizar llamadas de voz dentro de casi todos los países de Europa continental, así como a otros números del Reino Unido. No existe ningún cargo por llamadas recibidas, con independencia de la red a la que se encuentre conectado el usuario en ese momento. En este contexto, los clientes de O2 Alemania pueden

Telefónica O2 Europa

disfrutar de tarifas de 39 céntimos de euro por minuto para llamadas de voz desde 19 países europeos.

- **Telefónica O2 República Checa lanza sus primeras ofertas integradas – O2 Duo Mobile y Trio.** En marzo, Telefónica O2 República Checa lanzó un paquete completo de servicios de telecomunicaciones y entretenimiento denominado “O2 Trio” por un precio único. Este nuevo paquete ofrece a los clientes tres servicios en uno: O2 Internet Expres, televisión multimedia mediante O2TV y llamadas nacionales y locales gratuitas e ilimitadas a redes de telefonía fija a cambio del pago de una cuota mensual. El servicio O2 Duo Mobile, lanzado a principios de abril, ofrece a los clientes una conexión ADSL de alta velocidad y llamadas a móviles a cambio del pago de una cuota mensual.

O2 REINO UNIDO

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre de 2007 ha sido 1.759 millones de euros, lo que supone un incremento interanual en moneda local del 65,5% en comparación con el periodo de dos meses transcurrido entre el 1 de febrero y el 31 de marzo de 2006. En términos comparables, el crecimiento ha sido del 10,2% en moneda local. Los **ingresos de servicio** del primer trimestre del ejercicio han sido de 1.621 millones de euros, lo que supone un aumento del 9,7% en moneda local en comparación con el mismo periodo del año anterior, impulsado por el fuerte y continuado crecimiento de la base de clientes y del ARPU.

El **OIBDA** del primer trimestre ha sido de 422 millones de euros, con un aumento del 38,5% en moneda local con respecto al periodo de dos meses transcurrido entre el 1 de febrero y el 31 de marzo de 2006. En términos comparables, equivale a un descenso del 4,6% en moneda local. El cambio del cierre de ejercicio de marzo a diciembre ha afectado al crecimiento interanual, teniendo en cuenta que el primer trimestre de 2006 representaba el último trimestre del antiguo ejercicio de O2 (que terminaba en marzo). También ha supuesto una actividad comercial diferente en el primer trimestre de 2007 en comparación con 2006 y, por consiguiente, unos costes comerciales más altos. A medida que avance el ejercicio, se espera revertir esta tendencia negativa.

El **margen OIBDA** del primer trimestre ha sido del 24,0%, debido a la inversión adicional en la propuesta al cliente, centrada principalmente en la retención, habiendo superado las renovaciones de terminales en un 22% a las del mismo periodo del año anterior. Se prevé que los márgenes del resto del año superarán el nivel registrado en el primer trimestre debido a la reducción de los costes comerciales.

A pesar de que durante el trimestre ha continuado la presión competitiva en el mercado, el negocio mantiene su buen comportamiento. Debido a la creciente madurez del mercado británico, así como a la prioridad en la retención de clientes, el número de altas brutas del periodo ha sido alrededor de un 10% inferior al de 2006. Durante el trimestre se ha alcanzado una ganancia neta de 118.000 clientes, que han situado la base de clientes en 17,8 millones, un 8,6% más que en la misma fecha del año anterior (excluida la base de clientes de Tesco Mobile, que recientemente registraba 1,4 millones de clientes). Cerca del 60% de las altas brutas del trimestre se han realizado a través de los canales propios de distribución de O2 UK. El churn medio mensual del trimestre se ha mantenido sin cambios, en el 2,6%.

Durante el trimestre la ganancia neta de clientes de contrato han sido 80.000 y, al final del periodo, los clientes de contrato representaban el 35,5% de la base total en comparación con el 34,8% de la misma fecha del año anterior. El ARPU de contrato mensual del trimestre, situado en 63,2 euros, ha disminuido un 0,9% en moneda local con respecto al trimestre anterior debido a las habituales variaciones estacionales de consumo empresarial (mayor en octubre y noviembre en comparación con febrero y marzo), y se ha mantenido básicamente sin cambios en comparación con el primer trimestre del año anterior.

El número de clientes de prepago ha aumentado en 38.000 durante el trimestre. El ARPU de prepago mensual del trimestre, situado en 17,0 euros, ha sido un 6,7% inferior en moneda local que en el cuarto trimestre del año anterior, y un 0,9% inferior en moneda local al del primer trimestre de 2006.

En consecuencia, el ARPU mensual total del trimestre de O2 UK de 33,3 euros ha sido un 2,8% inferior al del cuarto trimestre de 2006 en moneda local, y un 0,8% superior al del mismo periodo

Telefónica O2 Europa

del año anterior debido a que el crecimiento continuado del ARPU de datos ha compensado el descenso del ARPU de voz.

El MOU mensual del trimestre ha aumentado un 10,6% interanual hasta 179 minutos/mes, impulsado por promociones como “Treats” y “Long Weekends”.

El ARPU de datos de 11,0 euros ha sido superior en un 10,2% en moneda local al del mismo periodo de 2006, y un 2,8% mayor que en el trimestre anterior, impulsado principalmente por el volumen de mensajes de texto, cuyo crecimiento interanual ha sido del 29%, así como por el creciente uso de servicios no basados en mensajería SMS.

La unidad de banda ancha de O2 UK, Be, ha continuado su despliegue, llegando a más de 632 centrales al final del trimestre, con lo que su red ya tiene una cobertura de aproximadamente, el 40% de la población, teniendo 24.000 clientes activos.

La **inversión (CapEx)** del primer trimestre ha sido de 181 millones de euros, destinados a incrementar la cobertura de la red 3G así como a la inversión en la red existente de 2G para asegurar una alta calidad del servicio.

O2 UK (en combinación con Airwave) se clasificó en quinto lugar en la Lista de las Mejores Grandes Compañías donde Trabajar en 2007 de The Sunday Times, el nivel más alto jamás alcanzado por una operadora de telefonía móvil, y ha recibido una acreditación de dos estrellas indicativa de su condición de empresa “destacada”. Además, O2 consiguió el primer puesto en la categoría “Mejor en Bienestar” y fue preseleccionada en la categoría “Mejor en Dar algo a Cambio”, un logro excepcional dado que era el primer año que participaba en la encuesta.

O2 UK ha promocionado diversos productos y servicios durante el trimestre con el objetivo de adquirir y retener clientes y aumentar los ingresos. Entre ellos se incluyen:

- “Fair Deal” (Trato Justo): los clientes existentes de contrato obtienen los mismos beneficios que los nuevos clientes, además de algunos extras con “O2 Treats”;
- Renovación de terminal con O2: las renovaciones de terminal para clientes de prepago consiguen un descuento del 10% de las recargas realizadas, que pueden aplicarse como descuento en la compra de un nuevo terminal o en tiempo de llamadas;
- O2 Energy Saver options (Opciones O2 para el ahorro energético): programa lanzado dentro del contexto de la campaña “We’re in this together” con el fin de ayudar a las personas a recortar sus emisiones de CO2. En su primera opción, a condición de que el cliente no renueve su terminal (y así ahorrar la energía que implica su manufactura y distribución), O2 UK le ofrece la posibilidad de, o bien recibir un crédito de 100 libras esterlinas, o bien recibir 95 libras esterlinas de crédito y contribuir con 5 libras esterlinas al fondo “O2 Energy Saver”. La compañía complementa esta aportación hasta 10 libras esterlinas. La segunda opción consiste en facilitar a los clientes que no renueven su terminal un paquete de tarifas especial basada en tarjeta SIM sin facturación ni correspondencia comercial en papel (gestión comercial online). Adicionalmente a lo anterior, O2 UK realizará una contribución de 5 libras esterlinas al fondo “O2 Energy Saver” por cada nuevo cliente;
- Business Specialist & SME Starter Pack: los clientes del segmento pequeña y mediana empresa tendrán desde ahora un acceso personalizado a Especialistas en Empresas, mediante teléfono o en las tiendas propias de O2, que les podrán ayudar y aconsejar para sacar el máximo partido a sus contratos de telefonía móvil. La SME Starter Pack Tariff ha sido diseñada para servir de apoyo en el lanzamiento de nuevos negocios, y ofrece: una suscripción gratuita de 2 meses a cualquiera de las tarifas empresariales integradas de voz de O2, un equipo dedicado de servicio al cliente radicado en el Reino Unido y disponible durante las 24 horas del día a través de un número gratuito, y acceso gratuito durante 2 meses al servicio “O2 Concierge”;
- El Xda Graphite, un nuevo smartphone 3G Microsoft® Windows® Mobile 5.0 para clientes que desean disponer de la funcionalidad de un PDA en un teléfono. El Xda Graphite ofrece un botón de acceso directo al correo electrónico, facilitando el acceso en tiempo real al buzón de entrada, al calendario, a los contactos y a las tareas de Microsoft® Outlook®, conectividad 3G y WLAN, reproductor MP3 y cámara de 2.0 megapíxeles.

Telefónica O2 Europa

O2 ALEMANIA

O2 Alemania ahora incluye en su perímetro a Telefónica Deutschland, y las cifras comparables de 2006 se han reformulado en este sentido. El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre ha sido 843 millones de euros, lo que supone un aumento del 46,1% en comparación con el periodo finalizado el 31 de marzo de 2006. En términos comparables, esto representa un descenso del 3,0%. Los **ingresos de servicio** del trimestre han sido de 697 millones de euros, 4,6% inferiores en términos comparables a los del mismo periodo del año anterior, debido a la continua debilidad del ARPU en el mercado alemán y al impacto del recorte del 20% de las tarifas de terminación en noviembre de 2006, parcialmente compensado por el crecimiento de la base de clientes. El recorte de las tarifas de terminación ha reducido los ingresos de servicio del primer trimestre en más de un 4%.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** del primer trimestre ha sido de 161 millones de euros, lo que supone un aumento del 23,6% en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior y un descenso del 5,6% en términos comparables. El cambio del cierre del ejercicio de marzo a diciembre ha afectado al crecimiento interanual, representando el primer trimestre de 2007 el último trimestre del antiguo ejercicio de O2 (que terminaba en marzo). Ello ha significado una actividad comercial diferente en el primer trimestre de 2007 en comparación con el mismo periodo de 2006 y, por consiguiente, unos costes comerciales más altos. A medida que avance el ejercicio, la tendencia negativa de la evolución del OIBDA se irá revirtiendo.

El **margen OIBDA** del primer trimestre ha sido del 19,1% y refleja tanto la consolidación de Telefónica Deutschland como la inversión adicional en la propuesta al cliente, principalmente centrada en la retención, siendo las renovaciones de terminal un 24% superiores a las del mismo periodo del año anterior.

En un entorno muy competitivo, la ganancia neta del trimestre ha sido de 159.000 clientes, con lo que el parque se ha situado en 11,2 millones, un 10,7% superior a la del mismo periodo del año anterior. El parque de clientes de Tchibo Mobile aumentó en 46.000, hasta alcanzar 873.000, al final del trimestre.

La ganancia neta de clientes de contrato de O2 Alemania en el primer trimestre ha sido de 94.000, con un ARPU mensual del trimestre de 34,2 euros, un 12,7% inferior al del trimestre anterior y un 11,2% inferior al del mismo periodo de 2006. Esto ha sido debido al impacto del recorte de las tarifas de terminación en noviembre de 2006, a las pautas estacionales de consumo, a la creciente competencia en el mercado alemán y a la introducción de nuevas ofertas para los clientes. Para un segmento de la base de clientes de contrato con planes tarifarios antiguos, el consumo y, por consiguiente, el ARPU, han disminuido a medida que se ha intensificado la competencia en el mercado. En próximos trimestres se lanzarán campañas de migración de estos clientes a tarifas que ofrecen más valor a fin de estimular el consumo y explorar el potencial de ARPU de los mismos. Adicionalmente a lo anterior, la compañía emprenderá acciones dirigidas a captar más clientes de contrato de alto valor a lo largo del ejercicio.

La ganancia neta de clientes de prepago ha sido de 65.000 en el primer trimestre del ejercicio. El ARPU mensual del trimestre, de 6,8 euros, ha sido un 17,8% inferior al del trimestre anterior, y un 25,7% inferior al registrado en el mismo periodo del ejercicio anterior debido a la mayor penetración en el mercado, al crecimiento del número de clientes usando varias tarjetas SIM y al menor MOU, además del impacto de los factores anteriormente mencionados para clientes de contrato. A lo largo del ejercicio, la compañía lanzará nuevas iniciativas de captación de clientes de prepago, tanto bajo la marca O2 como a través de compañías asociadas.

El ARPU mensual total del trimestre ha alcanzado los 20,5 euros, un 13,5% inferior al del trimestre anterior, e igualmente inferior en un 14,8% al del mismo periodo de 2006. Esta tendencia refleja el impacto de los recortes de las tarifas de terminación, el rápido crecimiento en los últimos 12 meses del parque de clientes de prepago, que ahora representa más del 50% del total, y un entorno de mercado cada vez más competitivo. Los recortes de las tarifas de terminación redujeron el ARPU mensual total del trimestre en, aproximadamente, 1 euro.

El MOU mensual del trimestre creció interanualmente un 1,6% hasta 129 minutos, impulsado por nuevas promociones como la tarifa plana Genion y las tarifas Genion S/M/L. Desde su lanzamiento a finales de noviembre de 2006, las nuevas tarifas Genion S/M/L han atraído a 758.000 clientes, con

Telefónica O2 Europa

un MOU significativamente superior (alrededor del triple) que el del cliente medio de O2. En la actualidad, O2 Alemania cuenta con un total de 3,94 millones de clientes Genion (el 70% de la base de clientes de contrato), con el 83% de la ganancia neta de contrato habiendo optado por una de las tarifas Genion.

El ARPU de datos de 5,1 euros, ha sido un 13,9% inferior al del trimestre anterior y 14,2% inferior al del primer trimestre de 2006 debido a la mayor proporción de clientes de prepago (con menor gasto) en la base total de clientes y a la tendencia a la sustitución de uso de SMS por voz derivada de la introducción de tarifas planas. Con el fin de reducir el desajuste existente entre tarifas de voz y datos, O2 Alemania ha adaptado durante el trimestre sus paquetes de servicios de datos y SMS.

La **inversión (CapEx)** del trimestre ha sido de 203 millones de euros, habiéndose realizado inversiones tanto en la red 3G como la red 2G.

“Kundenmonitor Deutschland”, el mayor estudio independiente e intersectorial que mide la satisfacción del cliente en Alemania, consideraba a O2 como la compañía con mayor índice de satisfacción del cliente en la sección específica de prestación de servicios de telefonía móvil.

Al finalizar el primer trimestre, la compañía cuenta con 31.000 clientes de O2 DSL, habiendo Telefónica Deutschland registrado 258.800 líneas desagregadas en la misma fecha, frente a apenas algo más de 11.000 líneas a finales del primer trimestre de 2006. Las líneas ADSL equivalentes en servicio han superado las 780.000 a finales de marzo, con un incremento interanual del 58%. Durante el primer trimestre, Telefónica Deutschland ha firmado un acuerdo con HanseNet Telekommunikation, propiedad de Telecom Italia, para ampliar tanto su relación estratégica con la compañía como la disponibilidad de su producto “Alice” mediante el suministro de un número fijo de líneas DSL adicionales. El servicio “Alice” de HanseNet ha estado utilizando la infraestructura de DSL de Telefónica desde principios de 2006. La ampliación del acuerdo entre las dos compañías subraya la posición de liderazgo de Telefónica como proveedor de servicios de infraestructura en Alemania.

En el verano de 2007, la red DSL de Telefónica Alemania llegará a casi el 60% de los hogares alemanes, con casi 2.500 repartidores (MDF) instalados, y operará una de las mayores plataformas que permiten aplicaciones multimedia, como protocolo de voz a través de Internet (VOIP), TV vía DSL, vídeo bajo demanda o emisión de TV en alta definición basada en la tecnología ADSL2+. Además, HanseNet ha firmado un acuerdo exclusivo con O2 Alemania para ofrecer servicios de telefonía móvil en Alemania a través de su marca AOL.

Durante este trimestre, O2 Alemania ha lanzado una serie de nuevos productos y servicios, entre los que se incluyen:

- My Europe Top, que ofrece nuevas tarifas internacionales a 19 países europeos. Las llamadas, tanto desde el país de My Europe Top a Alemania como dentro del país visitado, cuestan 39 céntimos/minuto. Los primeros 100 minutos de llamadas recibidas no generan ningún cargo, mientras que los minutos adicionales se tarifican a 39 céntimos/minuto. La opción de tarifas de My Europe está disponible a cambio de una cuota mensual de 8 euros;
- Ampliación del nuevo esquema tarifario Genion S/M/L para incluir acceso a Internet desde el móvil y SMS. Dentro de la zona base, el acceso a Internet mediante el paquete S de Internet@home cuesta 3 céntimos/minuto y el paquete M incluye 1.000 MB por 10 euros al mes. Para el consumo fuera de la zona base, el paquete S de Internet@home cuesta 9 céntimos/minuto y el paquete M incluye 200 MB por 10 euros al mes. El paquete L, para acceso tanto dentro como fuera de la zona base, incluye 5 GB por 25 euros mensuales;
- También se han revisado los paquetes SMS: el paquete S, con un precio de 5 euros mensuales, incluye SMS on-net gratuitos y SMS off-net a 19 céntimos/SMS; el paquete M cuesta 12 euros mensuales e incluye 100 SMS al mes para todas las redes; el paquete L, por 20 euros mensuales, incluye 250 SMS al mes para todas las redes. Los paquetes de Internet y SMS están disponibles para todos los clientes O2 Genion y O2 Active;
- Promoción para clientes empresariales: desde el 15 de marzo hasta el 30 de abril de 2007 los nuevos clientes de empresa que suscriban la tarifa Plana Empresarial (25 euros mensuales sólo por la tarjeta SIM y 35 euros con terminal) recibirán 50 minutos mensuales de llamadas off-net durante 6 meses.

Telefónica O2 Europa

O2 IRLANDA

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre del ejercicio ha sido 237 millones de euros, lo que representa un incremento interanual del 52,8% con respecto al ejercicio anterior (periodo febrero a marzo). El crecimiento interanual en términos comparables es del 1,7%. Los **ingresos de servicio** en el primer trimestre han sido de 224 millones de euros, un 1,1% superiores a los del primer trimestre del año anterior, debido a la disminución del ARPU, principalmente como consecuencia de un nuevo recorte de la tarifa de terminación ocurrida en enero de 2007 (RPI menos el 11%), compensada con el crecimiento de la base de clientes. El recorte de la tarifa de terminación redujo los ingresos de servicio del primer trimestre en un 0,7%.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** del primer trimestre ha sido de 78 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 21,3% en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior y una caída del 16,2% en términos comparables. El cambio del cierre de ejercicio de marzo a diciembre ha afectado al crecimiento interanual, teniendo en cuenta que el primer trimestre de 2006 representaba el último trimestre del antiguo ejercicio de O2 (que terminaba en marzo). También ha supuesto una actividad comercial diferente en el primer trimestre de 2007 en comparación con 2006 y, por consiguiente, unos costes comerciales más altos. A medida que avance el ejercicio, la tendencia de declive del OIBDA se revertirá. En el primer trimestre se ha alcanzado un margen OIBDA del 32,9%.

En un mercado competitivo, O2 Irlanda ha tenido un comportamiento positivo y las altas brutas han alcanzado un nivel bastante similar al del primer trimestre del año anterior. Se alcanzó una ganancia neta de 1.000 nuevos clientes en el trimestre, con lo que la base total se ha situado en 1,6 millones, un 2,5% más que en la misma fecha del año anterior.

O2 Irlanda ha registrado una ganancia neta de 14.000 clientes de contrato durante el primer trimestre del ejercicio. El ARPU mensual del trimestre, de 82,0 euros, ha sido un 5,9% inferior al del primer trimestre de 2006, pero un 0,7% superior al del trimestre anterior.

En consonancia con anteriores trimestres finalizados en marzo, y debido al impacto de la inactividad en la base de clientes después del periodo navideño, la base de clientes de prepago ha disminuido en 13.000 durante el trimestre. El ARPU mensual de prepago ha sido de 28,0 euros, con una disminución del 3,0% respecto al mismo periodo de 2006 y del 5,3% en comparación con el trimestre anterior.

El ARPU mensual total, de 44,2 euros, se ha reducido en 0,3 euros aproximadamente debido al recorte de las tarifas de terminación, y ha sido un 1,0% inferior al del mismo trimestre de 2006 y un 1,7% inferior al del trimestre anterior.

El MOU mensual del trimestre aumentó interanualmente un 9,1%, hasta 240 minutos, principalmente debido al éxito continuado de las promociones orientadas a estimular el consumo, como las llamadas a 1 céntimo de euro en fin de semana para clientes de prepago.

El ARPU de datos ha sido de 11,5 euros, un 15,4% superior al del cuarto trimestre del año pasado, y un 20,9% superior al del primer trimestre de 2006.

Además, O2 Irlanda ha lanzado una serie de iniciativas de precios y nuevos servicios durante el trimestre. Entre ellos se incluyen:

- Desde el 15 de febrero al 1 de abril: 6 meses de Double Minutes (minutos dobles) y 3 meses de seguro gratis de terminal para clientes que se den de alta por primera vez en cualquiera de los planes de tarifas Active Life (excluidos los planes Active 40, Text 400 y Easy Life).
- Inicio de pruebas de emisión de TV para móviles. 350 clientes de O2 del área metropolitana de Dublín podrán disfrutar de sus programas favoritos mientras se desplazan. En las pruebas participan 13 canales de TV, como RTE1, RTE2, TV3, Sky Sports, Sky News, Setanta Sports y The Discovery Channel, así como canales interactivos de música y juegos. O2 es la primera operadora de telefonía móvil de Irlanda que está realizando pruebas de emisión de TV para teléfonos móviles con consumidores. Las pruebas se prolongarán hasta el 31 de agosto de 2007

O2 Irlanda también ha seguido promocionando las siguientes ofertas:

Telefónica O2 Europa

- **Business Unlimited.** Una importante iniciativa para el sector empresarial que ofrece llamadas on-net gratuitas en Irlanda a cambio de una tarifa plana mensual por usuario. Esta tarifa representa un ahorro potencial considerable para las pequeñas y medianas empresas irlandesas, que realizan un promedio del 40% de sus llamadas a móviles O2.
- **Ampliación del servicio móvil Napster** a todos los terminales 3G. Napster Mobile permite a los clientes de O2 Irlanda realizar búsquedas, consultas, previsualizaciones y compras de contenidos del inmenso catálogo de música de Napster, que contiene más de dos millones de canciones. Hasta el 31 de mayo, la cuota de suscripción para la descarga de títulos es gratuita para clientes de prepago y contrato.

O2 AIRWAVE

Durante el trimestre Airwave anunció la firma de un contrato de prestación de servicios de 10 años por importe de 32 millones de libras esterlinas al Servicio de Ambulancias de Gales, así como un contrato con el Metro de Londres valorado en 115 millones de libras esterlinas, que proporcionará a Airwave cobertura para prestar servicios de emergencia en su red. Airwave tiene ahora contratos con todos los servicios de emergencia de seguridad pública del Reino Unido para proporcionarles un sistema digital de comunicaciones seguro.

A finales de marzo, Airwave anunció que había conseguido su primer contrato en el exterior para la prestación de servicios de consultoría a Siemens en relación con la red de radio de seguridad pública de Noruega. Siemens ha firmado un contrato llave en mano con las autoridades noruegas para suministrar la red. También proveerá los centros de control junto con Frequentis y se encargará del funcionamiento y el mantenimiento de la red. Los primeros usuarios de la red serán los servicios públicos noruegos de emergencia de bomberos, policía y sanitarios. O2 Airwave prestará servicios de consultoría en relación con el diseño y la implantación de las operaciones de red. Este asesoramiento se basará directamente en la experiencia adquirida por O2 Airwave al ocuparse del funcionamiento de la red nacional de comunicaciones TETRA del Reino Unido, que ofrece comunicaciones móviles seguras a más de 220.000 usuarios.

Como ya ha sido mencionado anteriormente, el 18 de abril Telefónica anunció la firma de un acuerdo definitivo con Guardian Digital Communications Ltd, sociedad participada al 100% por Macquarie Communications Infrastructure Group y Macquarie European Infrastructure Fund II, para la venta de Airwave. La operación se ultimó el 20 de abril de 2007 y, en el futuro, Airwave no estará incluida en el análisis de resultados de Telefónica O2 Europa.

TELEFÓNICA O2 REPÚBLICA CHECA

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del primer trimestre del ejercicio ha ascendido a 539 millones de euros, con un incremento interanual del 2,6% en moneda local. El negocio checo de telefonía móvil ha sido el principal motor de este crecimiento, mientras que el de telefonía fija ha registrado una ligera disminución interanual de los ingresos, invirtiéndose la tendencia observada en los últimos trimestres.

Los **gastos operativos consolidados** aumentaron un 5,8% en moneda local en los tres primeros meses del año, debido principalmente al incremento de los costes externos y a los costes relacionados con el lanzamiento de operaciones en Eslovaquia, que comenzaron el 2 de febrero. El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** ha ascendido a 251 millones de euros, un descenso del 2,1% en moneda local, lo que supone un margen del 46,6%, 2,3 puntos porcentuales menos que en el primer trimestre de 2006, de los que en torno a 2 puntos se han debido al impacto de las operaciones en Eslovaquia.

La **inversión (CapEx)** total del Grupo Telefónica O2 República Checa ha sido de 29 millones de euros en el primer trimestre, lo que supone un descenso interanual del 16,3% en moneda local. La disminución del 45,6% de la inversión relacionada con el segmento de telefonía móvil como consecuencia de las elevadas inversiones en la red UMTS registradas en el primer trimestre de 2006 se compensó parcialmente con el incremento en "otras filiales" (el 17,3% de la inversión total), principalmente por el desarrollo de infraestructuras en Eslovaquia. No obstante lo anterior, la disminución interanual de la inversión total en el primer trimestre no representa la tendencia prevista para el resto del año, y aún se espera que la cifra para el año completo se sitúe en torno a los 300 millones de euros.

Telefónica O2 Europa

El **negocio checo de telefonía móvil** mantiene su enfoque en el aumento del atractivo de los paquetes tradicionales de voz y datos y en su política de migración de clientes de prepago a contrato, para aumentar el potencial de ARPU de estos clientes y reducir el churn. El número total de clientes de telefonía móvil ha aumentado un 3,1% interanual, hasta 4,8 millones a finales de marzo. Durante el trimestre, la ganancia neta de clientes de contrato ha sido 91.000, con lo que el parque total de contrato asciende a 1,97 millones, un aumento interanual del 19,7%; los clientes de contrato representan el 40,6% del parque total frente al 35,0% de hace un año. El parque de clientes de prepago ha disminuido un 5,9% interanual hasta 2,87 millones a finales de marzo, con una reducción de 117.000 clientes durante el primer trimestre, principalmente debido a la estrategia de migración de clientes de prepago a contrato. El churn mensual medio del primer trimestre ha ascendido al 2,0% frente al 1,8% del mismo periodo del año anterior.

Los ingresos del **negocio checo de telefonía móvil** han aumentado un 4,8% interanual en moneda local, hasta 272 millones de euros, con un incremento del 5,8% interanual en servicios de voz que refleja tanto el porcentaje creciente de clientes de contrato que pagan cuotas mensuales como el mayor consumo: el MOU mensual aumentó un 13,5% interanual hasta 109 minutos. El ARPU mensual total del trimestre ha sido de 17,7 euros, un incremento del 1,2% interanual en moneda local. Los ingresos de Internet y datos, que representan cerca del 6% de los ingresos domésticos de telefonía móvil, registraron un aumento interanual del 17,9% en moneda local, principalmente debido al éxito de las tarifas planas de datos en las tecnologías CDMA, GPRS y UMTS (174.000 clientes a finales de marzo).

La actividad del negocio checo de telefonía fija continúa centrada en la extensión de los servicios de Internet de banda ancha y, cada vez más, en el área de TI/Soluciones empresariales. Durante los meses de marzo y abril, Telefónica O2 República Checa presentó su primer producto convergente (O2 Duo Mobile) y también su primera oferta triple (O2 Trio), que aspiran a aumentar el valor de la oferta de telefonía fija y reducir el churn.

El número total de accesos de telefonía fija ha disminuido un 18,8% hasta llegar a 2,3 millones a finales de marzo, registrando una pérdida neta de 114.000 accesos en el primer trimestre en comparación con las 162.000 bajas netas del mismo periodo del año anterior, debido al fuerte efecto de sustitución de la telefonía fija por la móvil en el mercado checo. El número total de accesos ADSL de banda ancha (minoristas y mayoristas) ha llegado a 503.000 a finales de marzo, con un aumento neto de 33.000 accesos en el primer trimestre. Los accesos minoristas representan el 87,1% del total de accesos ADSL, en comparación con el 83,8% de finales del primer trimestre de 2006. El número total de clientes de O2 TV ha aumentado hasta 26.000 a finales de marzo y, actualmente, el 40% de las altas netas son instaladas por los propios clientes.

Los ingresos del negocio checo de telefonía fija se han reducido ligeramente un 0,1% interanual en moneda local hasta alcanzar 266 millones de euros. El crecimiento del 20,7% interanual en el negocio de Internet y Banda ancha (que representa el 12,8% de los ingresos de telefonía fija) compensa el descenso del 9,6% en el negocio de Voz tradicional (el 32,5% de los ingresos de telefonía fija) y el descenso del 1,5% en el negocio de Acceso tradicional (el 34,0% de los ingresos de telefonía fija). Estos últimos recogen el impacto positivo de la subida de las cuotas mensuales residenciales de abril de 2006. Los ingresos por servicios de Datos, que representan el 13,9% de los ingresos de telefonía fija, han experimentado un ligero descenso del 0,3% interanual en moneda local, debido a que la reducción del 7,2% en los ingresos de servicios de alquiler de líneas prácticamente se ha compensado con un incremento del 9,0% interanual de los ingresos por servicios de redes de datos, principalmente basados en accesos IP sobre ADSL.

El 15 de diciembre de 2006 **Telefónica O2 Eslovaquia** lanzó su campaña de registro previo para O2 Jednotkas, con el resultado de más de 600.000 pre-suscripciones. La actividad comercial en el segmento de prepago se inició el 2 de febrero, seguida del lanzamiento de la tarifa integral O2 Narovinu. A finales de marzo la compañía había captado 387.000 clientes activos y recientemente ha anunciado que ha superado la cifra de 400.000 clientes.

Telefónica O2 Europa

TELEFÓNICA EUROPA ACCESOS

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
Accesos Clientes Finales	36.267,9	36.886,0	37.564,5	38.310,9	38.866,0	7,2
Accesos de telefonía fija (1)	2.876,6	2.726,1	2.598,3	2.462,9	2.347,8	(18,4)
Accesos de datos e internet	596,7	572,7	564,6	607,1	627,3	5,1
Banda estrecha	292,4	224,3	178,6	143,7	110,9	(62,1)
Banda ancha	291,8	335,9	373,9	451,9	505,2	73,1
Otros	12,6	12,5	12,1	11,6	11,2	(11,3)
Accesos celulares	32.794,6	33.587,2	34.398,9	35.225,2	35.865,5	9,4
Prepago	19.892,3	20.320,6	20.757,5	21.143,6	21.504,0	8,1
Contrato	12.902,3	13.266,6	13.641,3	14.081,7	14.361,5	11,3
TV de Pago	0,0	0,0	2,8	15,6	25,5	N.C.
Accesos Mayoristas (2)	82,1	119,2	160,7	243,8	329,5	N.S.
Total Accesos	36.350,0	37.005,2	37.725,2	38.554,7	39.195,5	7,8

(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

(2) Incluye bucles desagregados correspondientes a T. Deutschland.

Nota: Los Accesos Celulares, Accesos de telefonía fija y Accesos de Banda ancha incluyen los clientes de MANX.

TELEFÓNICA EUROPA RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	3.534	2.409	46,7
Trabajos para inmovilizado (1)	57	34	66,6
Gastos por operaciones	(2.659)	(1.687)	57,6
Otros ingresos (gastos) netos	1	3	(50,4)
Resultado de enajenación de activos	(0)	(2)	(97,0)
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	(1)	c.s.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	933	756	23,3
Amortizaciones de inmovilizado	(918)	(683)	34,5
Resultado operativo (OI)	15	73	(80,2)

Nota: Las cifras de 2006 se presentan considerando la Asignación del Precio de Compra de O2 desde febrero 2006.

Nota: "Provisiones de tráfico" se han reclasificado desde "Otros ingresos (gastos) netos" a "Gastos por operaciones".

Nota: Telefónica O2 Europa incluye en 2006 Telefónica O2 República Checa (enero-diciembre), T. Deutschland (enero-diciembre) y O2 Grupo (febrero-diciembre).

(1) Incluye obra en curso.

Telefónica O2 Europa

TELEFÓNICA O2 EUROPA ACCESOS POR PAÍS

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual
	marzo	junio	septiembre	diciembre	marzo	
REINO UNIDO						
Accesos Clientes Finales	16.340,6	16.814,3	17.337,7	17.650,0	17.774,9	8,8
Accesos de datos e internet	0,0	0,0	0,0	16,8	24,0	N.C.
Banda ancha	0,0	0,0	0,0	16,8	24,0	N.C.
Accesos celulares	16.340,6	16.814,3	17.337,7	17.633,2	17.750,9	8,6
Prepago	10.654,4	10.940,5	11.255,8	11.415,1	11.452,9	7,5
Contrato	5.686,2	5.873,8	6.081,9	6.218,1	6.298,0	10,8
Total Accesos	16.340,6	16.814,3	17.337,7	17.650,0	17.774,9	8,8
ALEMANIA						
Accesos Clientes Finales	10.099,0	10.335,3	10.628,7	11.043,8	11.215,2	11,1
Accesos de datos e internet	0,0	0,0	0,0	19,0	31,4	N.C.
Banda ancha	0,0	0,0	0,0	19,0	31,4	N.C.
Accesos celulares	10.099,0	10.335,3	10.628,7	11.024,8	11.183,8	10,7
Prepago	4.986,9	5.143,3	5.340,7	5.544,1	5.609,6	12,5
Contrato	5.112,1	5.192,1	5.288,0	5.480,7	5.574,2	9,0
Accesos Mayoristas (1)	11,1	40,0	75,3	149,3	227,4	N.S.
Total Accesos	10.110,1	10.375,3	10.704,0	11.193,1	11.442,6	13,2
IRLANDA						
Accesos celulares	1.593,0	1.598,4	1.602,8	1.631,7	1.632,5	2,5
Prepago	1.154,2	1.146,7	1.134,7	1.146,7	1.133,6	(1,8)
Contrato	438,8	451,7	468,1	485,1	499,0	13,7
Total Accesos	1.593,0	1.598,4	1.602,8	1.631,7	1.632,5	2,5
REPÚBLICA CHECA						
Accesos Clientes Finales	8.100,0	7.999,8	7.854,3	7.842,9	7.712,3	(4,8)
Accesos de telefonía fija (2)	2.816,5	2.666,0	2.537,3	2.402,5	2.287,5	(18,8)
Accesos de datos e internet	588,4	563,6	554,6	560,3	559,9	(4,8)
Banda estrecha	292,4	224,3	178,6	143,7	110,9	(62,1)
Banda ancha	283,5	326,8	363,9	405,1	437,9	54,5
Otros	12,6	12,5	12,1	11,6	11,2	(11,3)
Accesos celulares	4.695,0	4.770,2	4.759,7	4.864,5	4.839,5	3,1
Prepago	3.051,8	3.043,1	2.978,3	2.989,7	2.873,2	(5,9)
Contrato	1.643,2	1.727,1	1.781,3	1.874,8	1.966,3	19,7
TV de Pago	0,0	0,0	2,8	15,6	25,5	N.C.
Accesos Mayoristas	71,0	79,2	85,4	94,5	102,1	43,8
Total Acceso	8.171,0	8.079,0	7.939,8	7.937,4	7.814,4	(4,4)
ESLOVAQUIA						
Accesos celulares	-	-	-	-	386,8	N.C.
Prepago	-	-	-	-	386,8	N.C.
Contrato	-	-	-	-	0,0	N.C.
Total Accesos	-	-	-	-	386,8	N.C.

(1) Incluye bucles alquilados por Telefónica Deutschland.

(2) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo.

Telefónica O2 Europa

TELEFÓNICA O2 EUROPA

DATOS OPERATIVOS OPERADORAS CELULARES POR PAÍS

Datos no auditados (Miles)

	2006				2007	% Var Anual M Local
	1T	2T	3T	4T	1T	
O2 UK						
MOU (minutos)	162	169	175	180	179	10,6
ARPU (EUR)	32,3	33,1	34,0	34,1	33,3	0,8
Prepago	16,8	17,3	17,9	18,2	17,0	(0,9)
Contrato	61,6	62,7	63,9	63,5	63,2	0,2
ARPU de datos	9,8	10,0	10,6	10,7	11,0	10,2
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	12,5%	13,3%	13,1%	12,5%	13,4%	0,9 P.P.
O2 ALEMANIA						
MOU (minutos)	127	128	124	129	129	1,6
ARPU (EUR)	24,1	24,2	25,3	23,7	20,5	(14,8)
Prepago	9,2	8,9	9,0	8,3	6,8	(25,7)
Contrato	38,6	39,1	41,7	39,2	34,2	(11,2)
ARPU de datos	5,9	5,4	5,8	5,9	5,1	(14,2)
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	23,0%	21,5%	21,4%	22,6%	24,9%	1,9 P.P.
O2 IRLANDA						
MOU (minutos)	220	237	241	246	240	9,1
ARPU (EUR)	44,6	45,8	45,2	45,0	44,2	(1,0)
Prepago	28,9	29,4	29,8	29,6	28,0	(3,0)
Contrato	87,1	88,2	83,5	81,4	82,0	(5,9)
ARPU de datos	9,5	9,5	9,9	10,0	11,5	20,9
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	13,8%	15,6%	18,4%	19,6%	19,9%	6,1 P.P.
T. O2 REPÚBLICA CHECA (1)						
MOU (minutos)	96	102	102	109	109	13,5
ARPU (EUR)	17,1	17,9	18,3	18,8	17,7	1,2
Prepago	7,9	8,4	8,6	8,8	8,3	2,7
Contrato	34,8	34,8	34,9	35,0	32,2	(9,4)
ARPU de datos	3,7	3,7	3,8	4,0	3,8	0,9
% Ingresos no-P2P SMS s/ing datos	39,1%	38,7%	43,0%	40,0%	41,0%	1,9 P.P.

Nota: MOU y ARPU calculados como la media mensual del trimestre.

(1) KPIs del negocio celular de la República Checa no incluye Eslovaquia

Telefónica O2 Europa

TELEFÓNICA O2 EUROPA DATOS FINANCIEROS SELECCIONADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

		enero - marzo			
		2007	2006	% Var	% Var M Local
O2 REINO UNIDO (1)	Importe neto de la cifra de negocios	1.759	1.039	69,4	65,5
	OIBDA	422	298	41,7	38,5
	Margen OIBDA	24,0%	28,7%	(4,7 P.P.)	
	CapEx	181	156	16,0	13,3
O2 ALEMANIA (2)	Importe neto de la cifra de negocios	843	577	46,1	46,1
	OIBDA	161	131	23,6	23,6
	Margen OIBDA	19,1%	22,6%	(3,5 P.P.)	
	CapEx	203	171	18,7	18,7
O2 IRLANDA (1)	Importe neto de la cifra de negocios	237	155	52,8	52,8
	OIBDA	78	64	21,3	21,3
	Margen OIBDA	32,9%	41,4%	(8,5 P.P.)	
	CapEx	49	25	97,6	97,6
TELEFONICA O2 REP. CHECA	Importe neto de la cifra de negocios	539	515	4,7	2,6
	OIBDA	251	252	(0,1)	(2,1)
	Margen OIBDA	46,6%	48,9%	(2,3 P.P.)	
	CapEx	29	34	(14,6)	(16,3)

(1) Incluye en 2006 el periodo febrero-diciembre

(2) Incluye en 2006 el periodo febrero-diciembre tanto de O2 Alemania como de Telefónica Deutschland

RESULTADOS POR UNIDADES DE NEGOCIO

Otras Sociedades

GRUPO ATENTO

El **importe neto de la cifra de negocios (ingresos)** del Grupo Atento ha alcanzado 271 millones de euros en el primer trimestre del ejercicio 2007, lo que supone un crecimiento de 6,3% respecto al mismo período del ejercicio 2006, como resultado del crecimiento de la actividad del negocio.

Respecto a la cifra de ingresos generados por clientes externos al Grupo Telefónica se ha incrementado en 2.9 p.p. respecto al primer trimestre del 2006, ascendiendo a cierre de marzo del 2007 al 48,3%.

Los principales clientes que han contribuido al crecimiento de la cifra de negocios del Grupo Atento han sido:

- En Brasil: Incremento de actividad con Speedy y Atento ao Cliente.
- En México: Crecimiento en las ventas con el BBVA específicamente en los servicios con Telecobranza y Financia por incremento en la gestión y mejora en los niveles de atención.
- En Venezuela: Notable crecimiento de los ingresos con Movilnet debido a las negociaciones puntuales de la facturación de los minutos disponibles generados por el servicio. Asimismo también se incrementaron los servicios con el Grupo CANTV por las campañas de Televentas, y la entrada de nuevos clientes del sector financiero como Econoinvest.
- En Colombia: Crecimiento de la operación con Microsoft debido al lanzamiento de nuevos productos, aumento en el tráfico de la operación con Colpatria CAT, y aumento de la operación de ETB.

En cuanto a la distribución geográfica de ingresos, Brasil supone el 40,0% y España el 26,1% del total, que en su conjunto representan 4,2 p.p. menos que a marzo de 2006; Atento México continúa con un significativo crecimiento y llega al 11,3% de los ingresos frente al 9,1% de marzo 2006, Chile aporta un 5,8% frente al 5,9% de hace doce meses y Venezuela alcanza el 3,9% frente al 3,2% a marzo de 2006.

Los **gastos operativos** han presentado un crecimiento interanual del 6,5%, totalizando 236 millones de euros principalmente como consecuencia del aumento de los gastos de personal (+4,3% interanual) ante el crecimiento de actividad del Grupo.

El **resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA)** del Grupo Atento asciende a 36 millones de euros, con un crecimiento interanual del 3,8% debido al crecimiento de los ingresos aunque minorado por los mayores costes por alquiler y mantenimiento de centros. En términos de rentabilidad, el margen de OIBDA ha sido del 13,2%, 0,3 p.p. inferior al registrado a marzo 2006. En relación a la aportación al OIBDA, Atento Brasil con 16 millones de euros, representa el 43,8%. El resto de operaciones con mayor porcentaje de aportación al OIBDA son México con un 15,9% (6 millones de euros), Chile con un 9,3% (3 millones de euros), Perú con un 7,7% (3 millones de euros), y Venezuela con un 6,7% (2 millones de euros).

El **resultado operativo** a marzo asciende a 28 millones de euros presentando un crecimiento del 3,8% interanual.

La **inversión (CapEx)** a marzo de 2007 alcanza los 3 millones de euros frente a los 4 millones de euros del mismo período del año anterior, concentrándose principalmente en México, Brasil, Perú, Venezuela y Argentina.

Otras Sociedades

El **Flujo de Caja Operativo (OIBDA-CapEx)** ha presentado un crecimiento con respecto a la cifra acumulada a marzo de 2006 del 6,5% situándose en 33 millones de euros fruto del continuo avance en los resultados operativos y un menor esfuerzo inversor.

A nivel **operativo**, el Grupo Atento contaba al 31 de marzo de 2007 con 49.130 posiciones construidas, un 22,4% más que en el ejercicio 2006. Las posiciones ocupadas promedio del ejercicio 2007 alcanzan 39.052. En términos de productividad, ésta se ha situado en el 78,0% lo que supone una disminución respecto a marzo de 2006 de 2,2 p.p..

GRUPO ATENTO
RESULTADOS CONSOLIDADOS

Datos no auditados (Millones de euros)

	enero - marzo		
	2007	2006	% Var
Importe neto de la cifra de negocios	271	255	6,3
Trabajos para inmovilizado (1)	0	0	N.S.
Gastos por operaciones	(236)	(221)	6,5
Otros ingresos (gastos) netos	0	0	N.S.
Resultado de enajenación de activos	(0)	0	N.S.
Bajas de fondos de comercio y activos fijos	0	0	N.S.
Resultado operativo antes de amort. (OIBDA)	36	35	3,8
Amortizaciones de inmovilizado	(7)	(7)	3,7
Resultado operativo (OI)	28	27	3,8

(1) Incluye obra en curso.

ANEXOS

Participaciones más significativas del Grupo Telefónica, detallado por unidades de negocio

TELEFÓNICA ESPAÑA

	% Part
Telefónica de España	100,00
Telefónica Móviles España	100,00
Telyco	100,00
Telefónica Telecomunic. Públicas	100,00
T. Soluciones de Informática y Comunicaciones de España	100,00
Iberbanda	51,00
Medi Telecom	32,18

TELEFÓNICA O2 EUROPA

	% Part
O2 UK	100,00
O2 Alemania	100,00
O2 Irlanda	100,00
Manx	100,00
Airwave (1)	100,00
Be	100,00
Telefónica O2 República Checa (2)	69,41

(1) Airwave ha sido vendida en el mes de abril.

(2) Sociedad participada a través de Telefónica S.A.

TELEFÓNICA LATINOAMÉRICA

	% Part
Telesp (1)	87,95
Telefónica del Perú	98,18
Telefónica de Argentina	98,03
TLD Puerto Rico	98,00
Telefónica Chile	44,89
Telefónica Telecom	52,03
Telefónica USA	100,00
T. Intern. Wholesale Serv. (TIWS) (2)	100,00
Brasilcel (3)	50,00
T. Móviles Argentina	100,00
T. Móviles Perú	98,53
T. Móviles México	100,00
TM Chile	100,00
T. Móviles El Salvador	99,08
T. Móviles Guatemala	100,00
Telcel (Venezuela)	100,00
T. Móviles Colombia	100,00
Otecel (Ecuador)	100,00
T. Móviles Panamá	99,99
T. Móviles Uruguay	100,00
Telefonía Celular Nicaragua	100,00
Telefónica Móviles Chile	100,00
T. Móviles Soluciones y Aplicac. (Chile)	100,00

(1) Participación efectiva 88,01%.

(2) Telefónica, S.A. posee el 92,51% y Telefónica DataCorp el 7,49%.

(3) Joint Venture que consolida por el método de integración global la filial Vivo, S.A. a través de una participación en Vivo Participações, S.A. (62,94%)

OTRAS PARTICIPACIONES

	% Part
3G Mobile AG (Suiza)	100,00
Endemol (1)	99,73
Grupo Atento	91,35
Group 3G (Alemania)	57,20
Mobipay Internacional	50,00
Tempos 21 (2)	43,69
IPSE 2000 (Italia) (2)	39,92
Lycos Europe	32,10
Sogecable (3)	16,76
Mobipay España (2)	13,36
Hispasat	13,23
Portugal Telecom (4)	9,84
China Netcom Group (5)	5,00
BBVA	1,07
Amper	6,10

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

(2) Sociedad participada indirectamente por Telefónica Móviles España

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

(4) Porcentaje efectivo del Grupo Telefónica S.A. no tuviésemos en cuenta los intereses minoritarios el porcentaje de participación del Grupo Telefónica sería de 9,96%

(5) Sociedad participada por Telefónica Latinoamérica

ANEXOS

Hechos Significativos

- El 17 de mayo de 2007, Telefónica, S.A., pagará un dividendo complementario por un importe fijo de 0,30 euros brutos, con cargo a los resultados del ejercicio 2006, a cada una de las acciones existentes y en circulación de la Compañía con derecho a percibir dicho dividendo.
- El 14 de mayo de 2007, Telefónica, S.A. suscribió un acuerdo para la venta de su participación del 99,7% en Endemol Investment Holding BV a un vehículo de nueva creación.

El vehículo recién constituido está participado, a partes iguales, por (i) Mediacinco Cartera SL, una compañía de nueva creación participada por Mediaset SpA y su filial cotizada Gestevisión Telecinco, S.A., (ii) Cyrte Fund II B.V. y (iii) GS Capital Partners VI Fund, LP.

El precio total de la venta de Endemol Holding asciende a 2.629 millones de euros por el 75% de Endemol NV, valorado a 25 euros por acción (incluyendo dividendo), y por los activos y pasivos adicionales de Endemol Holding y sus filiales. Dicho precio representa para Telefónica unas plusvalías cercanas a 1.400 millones de euros.

En virtud del acuerdo, el Consorcio se ha comprometido a formular una oferta incondicional por el restante 25% de Endemol NV por un precio de al menos 25 euros por acción (incluyendo dividendo) tan pronto como sea posible tras el cierre de esta transacción.

El acuerdo está sujeto a la obtención de las autorizaciones administrativas correspondientes.

- El 10 de mayo de 2007, la Junta General de Accionistas de Telefónica, S.A., aprobó reducir el capital social de la Compañía en la cifra de 147.633.912 euros, mediante amortización de 147.633.912 acciones propias que se encontraban en autocartera.
- El 28 de abril de 2007, el Consejo de Administración de Pirelli, así como Edizione (Grupo Benetton), aprobaron la venta de su participación en Olimpia, principal accionista de Telecom Italia, a un consorcio formado por Telefónica, el socio industrial del grupo, la aseguradora Generali, los bancos Mediobanca e Intesa Sanpaolo, y la compañía Benetton (que reinvierte parcialmente en el consorcio). La operación esta sujeta a la obtención de las autorizaciones preceptivas. El nuevo consorcio, participado por Telefónica en un 42,3%, contará con una participación del 23,6% en el capital ordinario (con derecho de voto) de Telecom Italia (el 18%, indirectamente, a través de Olimpia y el 5,6% de forma directa), convirtiéndose así en el principal accionista de la operadora italiana. El resto de los miembros del consorcio tienen las siguientes participaciones: Generali (28,1%), Mediobanca (10,7%), Intesa Sanpaolo (10,7%) y Benetton (8,2%). La nueva compañía parte de una estructura de capital de 5.145 millones de euros, lo que supone para Telefónica una inversión de 2.314 millones. Está prevista una ampliación de capital adicional por importe de 900 millones de euros en la que Telefónica podrá suscribir su parte proporcional. El acuerdo permite a Telefónica incorporarse al Consejo de Administración de Telecom Italia con dos consejeros.
- El 18 de abril de 2007, Telefónica O2 Europe PLC, filial 100% de Telefónica, S.A., y su filial 100%, O2 Holdings LTD, suscribieron con Guardian Digital Communications Limited, compañía íntegramente participada por fondos gestionados por el Grupo MacQuarie, un contrato definitivo para la venta del 100% del capital social de Airwave O2 LTD. Las partes acordaron que el cierre de la transacción tuviera lugar el día 20 de abril de 2007. La valoración de Airwave O2 LTD a efectos de la venta (firm value) es de 2.982 millones de euros (2.015 millones de libras), siendo el importe neto a recibir por parte de O2 Holdings LTD en efectivo en el momento del cierre de 2.860 millones de euros (1.932 millones de libras) una vez descontada la deuda neta y otros pasivos de la compañía.

ANEXOS

Cambios en el Perímetro y Criterios de Consolidación Contable

Durante el primer trimestre del ejercicio 2007 se han producido las siguientes variaciones en el perímetro de consolidación:

TELEFONICA O2 EUROPA

En el mes de marzo, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A., acordó la venta del 100% de la participación que el Grupo Telefónica tenía sobre la sociedad británica Airwave O2 Ltd. En los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica a 31 de marzo de 2007 sus activos y pasivos figuran reclasificados en los epígrafes “Activos no corrientes destinados para la venta” y “Pasivos asociados a activos no corrientes destinados para la venta”.

OTRAS SOCIEDADES

- Se ha procedido a la liquidación y disolución de la sociedad española Communicapital Gestión, S.A. Dicha sociedad que se incorporaba al perímetro de consolidación por el método de integración global, ha causado baja del mismo.
- Durante el primer trimestre del presente ejercicio, el Grupo Telefónica ha procedido a enajenar acciones de la sociedad italiana Ipse 2000 S.p.A. reduciendo su porcentaje directo e indirecta sobre la sociedad italiana hasta el 39,9158%. La sociedad continúa incorporándose a las cuentas consolidadas del Grupo Telefónica por el método de puesta en equivalencia.
- Telefónica, S.A. ha adquirido a lo largo del ejercicio 2007 4.557 acciones de la sociedad holandesa Endemol Investment Holding, B.V. Tras estas compras, el porcentaje de participación en el capital de dicha sociedad se eleva hasta el 99,73%. La sociedad continúa integrándose en las cuentas consolidadas del Grupo Telefónica por el método de integración global.
- En el mes de febrero de 2007 se ha producido la venta del 100% de las acciones de Endemol France a la sociedad Endemol, N.V., sociedad participada por el Grupo en un 75%. La sociedad continúa incorporándose a los estados financieros del Grupo Telefónica por el método de integración global

AVISO LEGAL

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Compañía o de su dirección a la fecha de realización del mismo, que se refieren a diversos aspectos, entre otros, a la base de clientes y a su evolución, al crecimiento de las distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la Compañía y a otros aspectos relativos a la actividad y situación de la misma. Las manifestaciones de futuro o previsiones contenidas en este documento pueden ser identificadas, en determinados casos, por la utilización de palabras como «expectativa», «anticipación», «propósito», «creencia» o de un lenguaje similar, o de su correspondiente forma negativa, o por la propia naturaleza de predicción que tienen las cuestiones referidas a estrategias, planes o intenciones.

Estas manifestaciones de futuro o previsiones no constituyen, por su propia naturaleza, garantías de un futuro cumplimiento, encontrándose condicionadas por riesgos, incertidumbres y otros factores relevantes, que podrían determinar que los desarrollos y resultados finales difieran materialmente de los puestos de manifiesto en estas intenciones, expectativas o previsiones.

Telefónica no se obliga a informar públicamente del resultado de cualquier revisión que pudiera realizar de estas manifestaciones para adaptarlas a hechos o circunstancias posteriores a esta presentación, incluidos, entre otros, cambios en el negocio de la Compañía, en su estrategia de desarrollo de negocio o cualquier otra posible circunstancia sobrevenida. Lo expuesto en esta declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Compañía y, en particular, por los analistas e inversores que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la Compañía ante las entidades de supervisión de mercados de valores más relevantes y, en particular, ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Este documento contiene información financiera elaborada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Se trata de una información no auditada, por lo que no se trata de una información definitiva, que podría verse modificada en el futuro.

Para más información, por favor contacten con:

Relaciones con Inversores

Gran Vía, 28 – 28013 Madrid (España)

Teléfono:

+34 91 584 4700

Fax:

+34 91 531 9975

Email:

Ezequiel Nieto - ezequiel.nieto@telefonica.es

Diego Maus - dmaus@telefonica.es

Dolores García - dgarcia@telefonica.es

Isabel Beltrán – i.beltran@telefonica.es

ir@telefonica.es

www.telefonica.es/accionistaseinversores