

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE TELEFÓNICA

INFORME

D. CÉSAR ALIERTA

PRESIDENTE EJECUTIVO DE TELEFÓNICA S.A.

MADRID, 21 DE JUNIO DE 2006

A. Bienvenida-Introducción	2
B. Resultados en 2005 y perfil diferencial.....	3
C. Nuestra visión del futuro	9
D. Telefónica, una alternativa superior para los accionistas.....	12

A. INTRODUCCIÓN

Buenos días a todos:

En primer lugar, quisiera darles la bienvenida a esta Junta General de Accionistas de Telefónica y agradecerles su participación en este acto, de tanta importancia para la compañía.

Cada reunión anual constituye una oportunidad única para hacer un balance riguroso del ejercicio concluido y compartir, con todos ustedes, nuestras líneas centrales de actuación y nuestros objetivos para el futuro.

En esta ocasión, además, podemos sentirnos especialmente satisfechos porque los resultados alcanzados por la compañía representan un ejercicio histórico.

Al propio tiempo, 2005 ha sido un año clave en el profundo proceso de transformación en el que, desde hace más de dos años, se encuentra inmersa la compañía, y que ha permitido no sólo reforzar nuestro liderazgo, sino también configurar una **Nueva Telefónica**, definiendo un nuevo perfil diferencial y mejores expectativas a corto y largo plazo.

En los próximos minutos mi intervención se centrará en tres grandes temas:

- En primer lugar, los resultados del ejercicio 2005 y sus positivas implicaciones para la retribución al accionista.
- En segundo lugar, nuestra visión del negocio para los próximos años.
- Y, en tercer lugar, las pautas principales que va a seguir nuestra gestión en los próximos años para alcanzar nuestra meta estratégica, que es la de *seguir siendo la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad del sector de las telecomunicaciones*.

B. RESULTADOS EN 2005 Y PERFIL DIFERENCIAL

B.1. RESULTADOS EN 2005

Comencemos, entonces, por revisar los resultados de nuestra gestión en 2005. Es para mí una satisfacción informarles de que, en el ejercicio 2005, Telefónica ha alcanzado unos resultados históricos. Estos resultados, probablemente inimaginables hace unos años, demuestran la capacidad de superación de Telefónica en un entorno de mercado cada vez más competitivo.

En 2005, Telefónica alcanzó un **beneficio neto récord de 4.446 millones de euros, un 40% superior** a la cifra registrada en 2004. Ello ha sido posible gracias al firme crecimiento orgánico de nuestros negocios y a la aportación positiva de las adquisiciones realizadas. De esta forma, el **beneficio por acción ha aumentado un 43,4%, hasta los 91,3 céntimos de euro**, el mayor de los registrados en el sector a nivel europeo.

Los ingresos por operaciones ascendieron a 37.882 millones de euros, con un incremento interanual del 25%. A tipos de cambio constantes y excluyendo cambios en el perímetro de consolidación, nuestros ingresos habrían aumentado a un ritmo del 9,3%. Este crecimiento excepcional de los ingresos ha sido el resultado conjunto de la notable **expansión de nuestra base de clientes que, a lo largo del pasado año, aumentó en un 24,3%**, y del ingreso medio por cliente, fruto del importante esfuerzo comercial, en especial en los negocios de crecimiento, como móviles y banda ancha, y en la innovación de productos y servicios.

El ejercicio 2005 ha concluido con más de **153 millones de clientes**, de los que 99 millones correspondían a accesos móviles, 41 millones a telefonía fija, y el resto a accesos de datos, Internet y TV de pago. **Con la reciente incorporación de la empresa O2**, cuya adquisición se ha materializado en 2006, **la base de clientes total de Telefónica a cierre de 2005 habría aumentado hasta los 181 millones de clientes**, 57 millones de accesos más que en 2004.

Al mismo tiempo, la **mayor eficiencia de nuestras operaciones** se ha traducido en un **resultado operativo antes de amortizaciones** de 15.276 millones de euros, un 25% superior al registrado en 2004. Este mismo resultado, después de amortizaciones, aumentó un 31% respecto a 2004, totalizando los 8.559 millones de euros.

Cuando comparamos estos resultados con los del resto de las grandes operadoras de Europa, queda patente nuestra capacidad diferencial de generar crecimiento rentable y sostenible.

Pero, además, lo que califica especialmente a la compañía es su **capacidad para transformar dichos ingresos en caja, de forma rentable y creciente** año tras año, negocio a negocio y mercado a mercado. **El flujo de caja operativo, calculado como el resultado operativo menos inversión, ascendió en 2005 a 9.918 millones de euros, un 17,3% superior al alcanzado en 2004.** Y es importante mencionar que todas las líneas de negocio han contribuido positivamente a esta cifra. Por último, nuestro **flujo de caja libre** alcanzó los **7.108 millones de euros** en 2005, lo que significa un ratio de conversión de ingresos en caja de, prácticamente, el 19%, porcentaje que equivale a una generación de caja de casi **20 millones de euros al día.**

Quiero destacar que esta generación de caja ha sido compatible con un **aumento del 42,3% de la inversión, cuyo importe asciende a 5.359 millones de euros,** destinada, en su práctica totalidad, a **proyectos de crecimiento** relacionados con el negocio de banda ancha fija y el incremento de la capacidad de nuestras redes móviles en todo el mundo, como el despliegue de UMTS en España y de GSM en Colombia.

Esta **inversión** nos ha permitido, entre otras cosas, hacer crecer significativamente parámetros tan importantes para nosotros como los accesos fijos de banda ancha a nuestros clientes, así como la penetración de nuestros nuevos servicios que van más allá de la conectividad.

En efecto, al finalizar 2005, Telefónica contaba con **casi 6 millones de líneas ADSL,** más de la mitad en España. De dicha cifra, cabe destacar, de un lado, el **crecimiento en un 52% de la banda ancha en América Latina, hasta alcanzar los 2,2 millones de líneas y, de otro,** la evolución de nuestro servicio de televisión de pago sobre DSL, **Imagenio,** que con una cobertura en España del 33% a final del año pasado, **alcanzó más de 200.000 usuarios a dicha fecha.**

B.2. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN AL ACCIONISTA

La positiva evolución de los resultados descrita ha permitido ofrecer, un año más, la mejor combinación del binomio crecimiento - retribución al accionista del sector.

Así, en 2005 hemos destinado 4.476 millones de euros a la remuneración de nuestros accionistas. Este importe se descompone, por un lado, en el pago de un dividendo de 50 céntimos de euro por acción y, por otro, en la distribución de acciones propias de Telefónica, S.A., representativas del 4% del capital social, en la proporción de una por veinticinco; al tiempo que se ha avanzado en el programa de recompra de acciones.

Ya en mayo de 2006, la compañía ha pagado un dividendo a cuenta de los beneficios del ejercicio 2005 por un importe de 25 céntimos de euro por acción.

Las excelentes perspectivas de la compañía a día de hoy nos permiten proponer una nueva mejora a la política de retribución de nuestros accionistas. Así, para 2006 proponemos aumentar el dividendo por acción en un 20%, adicional hasta 60 céntimos de euro. Esta cantidad se abonará en dos tramos de idéntico importe: un dividendo a cuenta de 30 céntimos de euro por acción con cargo a los resultados del ejercicio 2006, en noviembre de 2006, y, un segundo tramo, de 30 céntimos de euro por acción que se abonará en el primer semestre de 2007.

Finalmente, y como complemento a esta mejora de la retribución en forma de dividendo, quiero anunciarles nuestro **compromiso** de que, al menos hasta el final del año 2007, Telefónica no emitirá nuevas acciones para realizar adquisiciones, y que los aproximadamente **2.700 mill. euros** en acciones que faltan por adquirir para completar nuestro compromiso de generación de autocartera, **serán amortizadas**.

B.3. PERFIL DIFERENCIAL

En definitiva, señoras y señores accionistas, si hoy podemos proponerles la aprobación de esta importante mejora de su retribución es porque **hemos puesto las bases de una Nueva Telefónica**, más grande, más fuerte y lista para seguir a la cabeza del sector en el futuro.

Así es, el pasado reciente y, muy especialmente, los dos últimos años, han supuesto un cambio radical del perfil y la dimensión de nuestra compañía. **Esta nueva y mejor Telefónica** se caracteriza por:

1. Primero, **una nueva dimensión y un mejor posicionamiento competitivo, gracias al refuerzo de la escala regional de nuestra compañía.**

Al cierre de 2005, **Telefónica se situaba como la tercera operadora de telecomunicaciones el mundo por número de clientes**, después de dos operadoras chinas: “China Mobile” y “China Telecom”.

Así pues, creo firmemente que **Telefónica se encuentra en la mejor posición para aprovechar las ventajas de su nueva escala**. Por un lado, se ha conseguido una **presencia geográfica más equilibrada**, reduciendo la exposición de nuestros negocios internacionales al riesgo país y, por otro, se han **renovado las oportunidades de crecimiento, aumentando el peso relativo de los resultados procedentes de los negocios de mayor crecimiento**, tales como móviles y banda ancha fija.

El pasado año contribuyó de manera decisiva a este proceso de transformación con la ejecución de varias operaciones excepcionales que paso a comentarles. En primer lugar, la **compra del 69,4% de la operadora Cesky Telecom**, líder en telecomunicaciones fijas y móviles en la República Checa; en segundo lugar, la **conclusión del proceso de integración de todas las operadoras adquiridas a BellSouth en América Latina**, por el que Telefónica adquiere una situación de liderazgo en operaciones de móviles en 15 países, con una población de casi 500 millones de habitantes; en tercer lugar hay que destacar la **inversión estratégica del 5% en China Netcom**, lo que abre una fructífera vía de colaboración entre ambas compañías y permite a Telefónica acceder a un mercado de gran potencial. En cuarto lugar, me gustaría resaltar la **compra de la operadora móvil británica O2**, iniciada en octubre de 2005 y completada ya en 2006, que aportó más de 27 millones de clientes a finales del ejercicio pasado, con operaciones relevantes en Gran Bretaña, Irlanda y Alemania. Todas ellas aportan a Telefónica un activo de calidad y una nueva fuente de crecimiento, así como de rentabilidad, desde el primer día.

De cara a 2006, se ha anunciado la **adquisición del control de Colombia Telecom**, con el 50% de las acciones más una, **reafirmando, así, nuestro compromiso como inversor a largo plazo en América Latina**.

2. El segundo valor diferencial de Telefónica es su fortaleza comercial a nivel local. En efecto, a la ventaja de ser una marca reconocida a nivel mundial, se une el profundo conocimiento de nuestros clientes fruto de nuestra relación directa con ellos, bien a través de los sistemas de atención al cliente y facturación, con más de 5 millones de contactos diarios, o bien mediante nuestra extensa red comercial, que cuenta con más de 65.000 puntos de venta.

3. Al mismo tiempo, nuestro continuo compromiso con la eficiencia operativa nos sitúa como referente en el sector de telecomunicaciones, tanto en el negocio de telefonía fija como móvil. Así, ambos tipos de negocios presentan los mejores ratios de productividad, en términos de líneas por empleado, del sector europeo.
4. Una cuarta característica distintiva de la capacidad de ejecución de Telefónica es la **innovación en sus diferentes vertientes**. En 2005, Telefónica ha invertido en **innovación tecnológica más de 2.900 millones de euros, cifra superior en un 21%** a la registrada en 2004. A este respecto, cabría citar el desarrollo pionero en Europa de la nueva **Televisión sobre IP, a través del lanzamiento comercial de Imagenio**. Esta capacidad de innovación de Telefónica se va a ver, sin duda, ampliada con la integración de O2, empresa de reconocido prestigio por su innovación, como demuestra su **servicio Genion**, que combina en un solo terminal las ventajas de los servicios fijo y móvil, lanzado en Alemania, que contaba con más de 3,5 millones de clientes a finales del pasado año.

En definitiva, podemos afirmar que, a día de hoy, tenemos una nueva y mejor Telefónica, tras ejecutar las transformaciones que la industria exigía y convertirnos, así, en **una empresa más fuerte y flexible**: hemos reducido el peso de los activos fijos, hemos flexibilizado nuestra estructura de costes; hemos incrementado el peso de nuestros costes comerciales sobre el total y hemos mantenido el foco de nuestras inversiones a negocios de crecimiento.

Pero es que, además, **Telefónica es mucho más que un prestador de servicios de telecomunicación**; somos un **motor de desarrollo social, tecnológico y económico de las sociedades en que operamos**. Nuestra actividad genera una importante riqueza social, empleo, inclusión digital, educación, innovación en productos y servicios, así como oportunidades de negocio para las empresas proveedoras.

En este contexto, nuestro **Informe de Responsabilidad Corporativa correspondiente al ejercicio 2005**, que está a su disposición, dedica una amplia sección al impacto de las actividades de Telefónica en el progreso de cada una de las sociedades en que estamos presentes. Este informe, que se ha elaborado en conformidad con la Guía 2002 de la Global Reporting Initiative, ha sido verificado por Ernst&Young. Además, es realmente un orgullo para nosotros que nuestro compromiso con la

transparencia se vea reconocido mediante la inclusión de Telefónica en los principales índices de compañías que realizan una inversión responsable.

En definitiva, el nuevo perfil de Telefónica, derivado de sus características singulares como operadora de telecomunicaciones y del crecimiento y solidez de sus resultados, constituye el anticipo de las ventajas potenciales de combinar, de manera equilibrada, escala y diversificación geográfica con un modelo de gestión integrada.

B.4. COMPORTAMIENTO BURSÁTIL

Como ya he comentado, Telefónica alcanzó en 2005 unos **resultados históricos** que marcan distancias con el desempeño general del sector europeo. Y esta diferencia se ha reflejado también en la diferente **evaluación que hemos recibido las compañías del sector en los mercados** bursátiles.

Así, entre el 31 de diciembre de 2004 y el 1 de junio de 2006, mientras que France Telecom, Telecom Italia, Deutsche Telekom y Vodafone registraron caídas en sus cotizaciones del 27,6%, 26,4%, 22,2% y 11,3%, respectivamente, **Telefónica tan sólo registró una corrección en su cotización** del 7,8%. **No podemos estar conformes con esta evolución del valor de nuestra acción**, pero está claro que la previsible mejora de la percepción de nuestro sector por parte de los mercados bursátiles nos va a permitir **partir desde una posición de ventaja frente a la de nuestros competidores**.

Y nuestra mejor garantía para que sea así es que nuestro empeño es, y seguirá siendo, ofrecer la mejor combinación de crecimiento y rentabilidad del sector a nuestros accionistas. Efectivamente, desde hace ya casi cuatro años, Telefónica presenta **la mayor Rentabilidad Total al Accionista del sector europeo, con un 16%** en términos anualizados, frente al 3% de Deutsche Telekom, el 5% de Telecom Italia y Vodafone, el 9% de France Telecom o el 10% de BT.

C. NUESTRA VISIÓN DEL NEGOCIO DE TELECOMUNICACIONES

Señoras y señores accionistas, para entrar ya en la tercera parte de mi intervención, permítanme que les diga que la nueva escala y la dimensión internacional de Telefónica son piezas clave para la continuación de nuestro éxito en el futuro.

Y es que nuestros servicios tienen la capacidad tangible de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos que los utilizan y, por tanto, su poder de transformación social y su impacto en las nuevas sociedades del siglo XXI son enormes. Además, el que los demás sectores económicos generen valor y capturen eficiencias depende, cada vez más, de un correcto uso de las TIC. Por eso, las telecomunicaciones serán las grandes protagonistas de una nueva etapa de expansión del sector de las TIC, porque sin ellas no es posible la correcta vertebración de las nuevas sociedades digitales, ni el desarrollo del sector TIC en su conjunto.

El gran reto de la industria de las telecomunicaciones es el crecimiento de su actividad y, en especial, de la que comporta un mayor valor añadido. **Son los clientes los que nos hacen crecer**, con su demanda de banda ancha fija, de comunicaciones móviles, cada vez más avanzadas, de la extensión de las telecomunicaciones básicas y de la integración de servicios y soluciones.

Las previsiones de los analistas confirman el potencial en cada uno de estos motores de crecimiento. Según éstos, entre 2005 y 2009 **los ingresos por banda ancha en Europa se duplicarán, los relativos a servicios móviles en América Latina crecerán un 16% anual, y los nuevos mercados como la televisión sobre IP, en la que nuestro servicios Imagenio es pionero, pasarán de 3 a 45 millones de usuarios.**

Evidentemente, este crecimiento no se va a repartir por igual entre todas las operadoras. Las oportunidades estarán más próximas para aquellas que, como Telefónica, estén **mejor posicionadas para anticiparse y responder a las tendencias del nuevo entorno del sector.** Para aprovechar estas oportunidades hay que ser ambiciosos, y **la visión de Telefónica** lo es.

Nuestra **visión** parte de poner a **nuestros clientes como punto de mira de todo lo que hacemos.** A ellos vamos a ofrecerles **soluciones innovadoras**, que harán realidad lo que desean, en términos de comunicaciones, de información y de entretenimiento. Y esto, a la vez que nos esforzamos en ser **los más competitivos en cada uno de los mercados en que operamos.** En este esfuerzo, va a ser clave nuestra **escala**, para obtener el máximo beneficio de las nuevas **redes IP** y de las **sinergias** latentes en nuestra organización, gestionando Telefónica como un **operador integrado.**

Y todo esto, siempre, con el objetivo en mente de seguir cumpliendo nuestra meta estratégica de **proporcionar la mejor combinación de crecimiento y retribución al accionista del sector de las telecomunicaciones.**

En nuestra estrategia, esta visión se traduce en **ejecución** a través de cuatro objetivos concretos.

El primero tiene que ver con el crecimiento de ingresos. **En 2009, la población de los mercados en los que ya operamos alcanzará 708 millones de habitantes.** Telefónica explotará el recorrido de aumento de la penetración en sus áreas de operación, así como su claro liderazgo de mercado, para alcanzar los **255 millones de accesos en 2009, cifra un 66% superior a la del cierre de 2005.**

A la vez, haremos que se **incrementen los ingresos que obtenemos de cada cliente**, tanto en los servicios móviles como en los fijos, mediante servicios como la banda ancha y la televisión de pago. Seremos más importantes para cada cliente, por lo que vamos a esforzarnos en conocerles mejor, y en orientar nuestra actividad para proporcionarles un mayor valor. Gestionaremos **nuestra fortaleza comercial local, nuestros canales y nuestra marca** para que sean las vías más eficaces de cercanía con nuestros clientes.

El segundo objetivo es seguir progresando en hacer más ligera nuestra estructura de costes e inversiones. La eficiencia de la red IP, la evolución de los sistemas de información y un modelo de compras integrado, son fuentes de competitividad.

En tercer lugar, además de crecer, tenemos que crecer bien, esto es, **flexibilizando nuestra estructura de costes e inversiones.** Este punto también comprende el **preservar nuestra excelencia financiera** como uno de los aspectos clave de nuestra estrategia a largo plazo. Por ello, nos fijamos como objetivo **reducir nuestra deuda hasta un nivel no superior a 2,5 veces el resultado operativo antes de amortizaciones**, para mantener nuestra flexibilidad financiera y para asegurar una adecuada calificación crediticia de nuestra deuda. Asimismo, no emplearemos más de **1.500 Mill. Euros en inversiones financieras y adquisiciones entre 2006 y 2007**, y **no realizaremos ampliaciones de capital en este periodo.**

Nuestro cuarto objetivo es priorizar los beneficios de la gestión integrada de nuestras capacidades y de nuestra escala. En este ámbito, Telefónica ha acometido una profunda transformación de sus estructuras con el objetivo de reorientar toda la organización a la interacción, la colaboración y la captura de sinergias entre todas las personas y las unidades de negocio que componen la compañía.

Así, hemos implantado un modelo integrado de procesos operativos y de negocio que nos permita capturar todas las sinergias en ingresos, costes e inversiones latentes en nuestra escala. En esta dirección se enmarca la propuesta de fusión entre Telefónica Móviles y Telefónica S.A. que traemos a esta Junta, con la que buscamos implantar un nuevo modelo operativo que se beneficie mejor de las economías de escala y de la posibilidad de crear una oferta integrada, coherente con la evolución de la tecnología, que difumina las barreras entre redes y servicios, fijos y móviles.

D. TELEFÓNICA, UNA ALTERNATIVA SUPERIOR PARA LOS ACCIONISTAS

Señoras y señores accionistas, a modo de resumen y para terminar, permítanme que les diga que **estoy convencido de que Telefónica disfruta hoy en día de un perfil único en el sector para capturar las oportunidades que éste nos presenta** y, por tanto, para mantener su confianza como inversores en nuestra compañía, pues:

- Tenemos un conjunto de negocios bien diversificado, tanto por su naturaleza como por su ubicación geográfica.
- Tenemos un potencial enorme para extraer valor de nuestra escala y de nuestro modelo de gestión integrada.
- Hemos conseguido la mejor combinación de crecimiento y retribución al accionista
- Y, por todo ello, ninguna otra compañía de este sector, hoy en día, puede comprometerse a unos objetivos de crecimiento rentable como los que nos hemos fijado en Telefónica.

En efecto, tengo la satisfacción de poder afirmar que, en primer lugar, **Telefónica crece y va a seguir creciendo más que las demás operadoras**. Tenemos una posición privilegiada y única en el mercado latinoamericano, y también en Europa, gracias a la reciente adquisición de O2; y en ambos mercados contamos con un alto potencial de crecimiento; nuestros activos en España muestran los mayores crecimientos de ingresos del sector europeo y estamos explotando al máximo la experiencia de la integración fijo-móvil en Cesky Telecom.

Esta envidiable situación de partida, en el marco de nuestra sólida estrategia de crecimiento y rentabilidad que les presenté anteriormente, nos permite plantear unos **ambiciosos objetivos económico-financieros para los próximos años**. En moneda constante, y excluyendo no previsibles, estimamos que **nuestros ingresos y resultado operativo antes de amortizaciones crecerán entre un 10% y un 14% anual** hasta 2009; nuestro **resultado operativo se incrementará entre un 13% y un 19%**, y el **resultado neto por acción en 2009 será el doble que el registrado en 2005**.

Además, por primera vez nos hemos comprometido con los mercados a duplicar el beneficio por acción entre los años 2005 y 2009, y si así sucede, **les anuncio que propondremos que el dividendo**

por acción progrese hasta duplicarse en 2009, con lo que alcanzaría la cifra de prácticamente 1 euro por acción.

En definitiva, estamos en un sector magnífico, en una gran compañía, en un gran momento y estamos orgullosos de tener el mejor capital humano del sector. Y esto es sumamente importante pues, si las personas, nuestros empleados, han sido importantes en nuestro éxito hasta la fecha, a partir de ahora son la clave.

Quiero agradecerles a todos ellos su aportación y su compromiso con Telefónica, y a ustedes, y a todos los accionistas que no han podido estar hoy aquí presentes con nosotros, les agradezco la confianza que han depositado en nuestra compañía. Asimismo, les quiero animar a que sigan manteniendo esta confianza en el futuro, pues esta Nueva Telefónica va a cosechar para todos ustedes nuevos éxitos que, francamente, creo que no deben dejar de disfrutar.

Muchas gracias.