

## NOTA DE PRENSA

## PRESS RELEASE

**Ante más de 1.000 directivos en Madrid y retransmitido en directo por primera vez para todos los profesionales de la compañía**

### **CÉSAR ALIERTA PRESENTA “ELEGIMOS TODO”, EL NUEVO PLAN ESTRATÉGICO DE TELEFÓNICA PARA SER UNA ‘ONLIFE TELCO’ EN 2020**

- **El programa Be More, que ha contribuido decisivamente a la transformación y a posicionar a Telefónica como una compañía de crecimiento, deja paso ahora a un nuevo plan que gira en torno al cliente.**
- **“Elegimos todo” permite a la compañía redoblar su nivel de ambición, apalancando unas plataformas de activos diferenciales.**

**Madrid, lunes 30 de noviembre de 2015.-** El presidente de Telefónica, César Alierta, ha presentado en Madrid el plan estratégico de la compañía para los próximos años, bajo el lema “Elegimos todo”, con el objetivo de convertirla en una ‘Onlife Telco’, una compañía que impulsa las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas.

La compañía está celebrando en Madrid su Encuentro Telefónica 2015, más ambicioso y abierto que nunca, en el que todos los empleados -125.000- en los 20 países donde está presente están invitados a escuchar de primera mano los mensajes del presidente y el equipo directivo a través de conexiones por *streaming*.

En el Encuentro, el equipo directivo de Telefónica repasó los logros del Programa Be More, implementado en toda la compañía desde julio de 2013 y basado en tres ejes decisivos: Descubrir, Innovar y Ejecutar. Desde su lanzamiento, la compañía ha incrementado notablemente el esfuerzo inversor, alcanzado unos ratios de inversión sobre ventas históricos. Excluyendo espectro, sólo este año va a destinar el 17% de sus ingresos a inversiones. Be More ha contribuido decisivamente a la transformación de Telefónica, convirtiéndola en una compañía en crecimiento, con una ambición ahora redoblada.

El equipo directivo también recordó que Telefónica acaba de cerrar una etapa en la que ha liderado la consolidación intramercado en Europa y Brasil, cerrando adquisiciones de gran envergadura como e-Plus, GVT y Digital +, tres operaciones que crean valor y generan importantes sinergias que ya se están capturando.

#### **“Elegimos todo”**

El nuevo plan estratégico se sustenta en seis elementos claves, tres para la propuesta de valor –Conectividad excelente, Oferta integral y Valores y Experiencia de Cliente- y tres habilitadores, que serán Big Data e Innovación, Digitalización extremo a extremo y Asignación de capital y simplificación.

Conectividad Excelente, porque los clientes quieren estar siempre conectados, en cualquier parte y desde cualquier dispositivo, con la máxima calidad, y Telefónica puede y debe dar respuesta a esa demanda gracias a los esfuerzos que ha realizado en estos años para transformar sus redes fijas y móviles.

Oferta Integral, compuesta por una amplia gama de servicios y productos adaptados a las necesidades del cliente e incluso anticipándose a ellas, con propuestas personalizadas para particulares y empresas.

Y todo ello, con una experiencia diferencial basada en los valores de compañía y un posicionamiento público que defiende los intereses del cliente. “Ahora vamos a dar un paso más, poniendo la defensa de los intereses del cliente en el centro de nuestro posicionamiento, que girará en torno a tres ejes: Confianza Digital, Internet Abierto y Acceso Digital”, dijo Alierta.

Para lograr esos tres objetivos, la compañía cuenta con tres habilitadores: el Big Data y la innovación, que hacen posible ir más rápido y desarrollar un conocimiento diferencial del cliente y su contexto, para poder adaptar y personalizar nuestros servicios para maximizar el valor para el cliente; la digitalización extremo a extremo, es decir, ser una compañía 100% digital por dentro y hacia fuera para ofrecer una experiencia digital distintiva a los clientes; y asignación de capital y simplificación, lo que significa destinar los recursos a seguir avanzando en la transformación, financiar el crecimiento, eliminar complejidades y cumplir con los objetivos comprometidos.

## **El cliente, en el centro**

Y con una cultura corporativa que tiene que avanzar en torno a dos grandes pilares: la orientación al cliente y la vocación de ser un equipo de alto rendimiento y altamente comprometido.

Este compromiso se demuestra con medidas como la vinculación de los índices de satisfacción de los clientes a la compensación variable de los empleados, que se incrementará hasta el 20% a partir de 2016. Teniendo en cuenta que el 30% de este variable depende de los ingresos, que son también un reflejo de la satisfacción de los clientes con los servicios que reciben, el resultado que es que el 50% de la retribución variable de los profesionales de Telefónica estará directamente ligada al cliente.

En esta nueva etapa con ambición redoblada, Telefónica quiere contar con clientes cada vez más satisfechos gracias a una propuesta de valor diferencial. “Creceremos más en ingresos, aceleraremos en OIBDA y volveremos a crecer en generación de caja –comprometió el presidente-. Nuestros accionistas estarán más contentos y nosotros, como empleados, lo estaremos aún más”.

## **Una era de crecimiento exponencial**

Telefónica ha redoblado su nivel de ambición, y entra en una nueva etapa de crecimiento, explicó el presidente.

“Estamos viviendo una auténtica revolución... No es una revolución más. Ya está demostrando ser la que mayor impacto va a tener en la historia de la humanidad, en términos de generación de riqueza. El desarrollo social que conlleva va a ser más que exponencial. Y, nosotros, tenemos la suerte de estar en el centro de esta revolución. Será un futuro mejor porque tenemos por delante una era de cambio y crecimiento exponencial. Se abre un nuevo mundo de posibilidades para todos, en cualquier lugar, para crear un mundo mejor”, afirmó Alierta ante más de 1.000 directivos y en conexión abierta y en directo para todos los empleados del Grupo.

Estamos antes una era de cambio cuya base es la disrupción digital. Un ejemplo claro es la llegada del 5G, que facilitará velocidades de conexión vertiginosas; la explosión del número de conexiones, porque no sólo las personas estaremos conectadas. Wearables, coches, casas, electrodomésticos, tabletas, ropa, accesorios... todos los objetos tendrán sensores y se estima que en 2020 habrá 50.000 millones de cosas conectadas. “Con todos y todo conectado y sobre la base de una conectividad excelente, no hay límite para los servicios del futuro. Y facilitar estas conexiones, a través de la conectividad, es el core de nuestro negocio”, afirmó Alierta.

Esta explosión en el número de conexiones viene acompañado de un crecimiento exponencial en el volumen de datos transmitidos y del tráfico que circula por las redes. Y ello impulsa también un crecimiento exponencial de los datos generados. Datos que a través del Big Data permite establecer modelos predictivos que son clave para prever el comportamiento de los clientes y mejorar el funcionamiento de todos los sectores.

“La digitalización y el Big Data lo van a cambiar todo, transformando todos los modelos productivos. Y es la clave para innovar, para dar más valor a nuestros clientes y para tomar mejores decisiones de negocio”, explicó el presidente. Este crecimiento exponencial de los datos enlaza con otra de las claves de la estrategia de Telefónica para los próximos años: “Los clientes tienen que recuperar su soberanía digital, ser dueños de su huella digital y decidir conscientemente qué uso quieren que se haga de sus datos. Telefónica va a garantizar siempre su privacidad y a hacerlo con seguridad y transparencia. Y todo ello, sobre la base de unos principios de negocio responsable y sostenible”.

“Nuestro negocio tiene un gran impacto social positivo, contribuye a aplanar el mundo y a la creación de riqueza y bienestar”.

César Alierta tuvo también palabras de reconocimiento para los profesionales que forman Telefónica, “el mejor equipo humano posible. 125.000 profesionales de más de 100 nacionalidades distintas, que sois, sin duda, nuestro mejor activo. Por eso somos globales en un mundo global, y, a la vez, sobre todo, locales”.

En el Encuentro Telefónica 2015, la compañía ‘estrena’ una nueva visión: “La vida digital es la vida, y la tecnología es parte esencial del ser humano. Queremos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas. Y poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una Onlife Telco”, concluyó Alierta.