
Capítulo 1

Estrategia y evolución de los negocios

Visión Estratégica

- 1.1. Contexto
- 1.2. Misión, propósito, visión
- 1.3. Materialidad
- 1.4. Estrategia de Telefónica: Crecimiento, eficiencia y confianza
- 1.5. Organización de Telefónica
- 1.6. Principales magnitudes y presencia

Crecimiento: evolución de nuestros negocios

- 1.7. Modelo de crecimiento
- 1.8. Evolución de nuestros negocios
- 1.9. Innovación



VISIÓN ESTRATÉGICA

1.1. Contexto GRI 102-15

En el contexto de nuestra industria, nos movemos en un sector muy dinámico con un crecimiento sostenido, con la previsión de que la **'Industria 4.0' genere billones de euros de valor**, un avance imparable y sociedades cada vez más inteligentes gracias a:

- **Una acumulación de tecnología** sin precedentes que cambia la forma de hacer las cosas (los denominados 'espacios inteligentes').
- **Todo y todos conectados** e, incluso, hiperconectados (coches, ciudades, personas, ...).
- **Un crecimiento exponencial de los datos digitales** que describen lo que son y hacen las cosas y las personas. Las nuevas tecnologías, como la Inteligencia Artificial y Cognitiva, nos permitirán predecir su comportamiento.

Al mismo tiempo, se acentúan las desigualdades en el mundo, se multiplican los retos demográficos, laborales y ambientales y crece la preocupación por las noticias falsas, la privacidad... Por primera vez en diez años, los cinco principales riesgos globales en términos de probabilidad de ocurrencia se dan en el frente ambiental. Les siguen los fraudes y robos de datos y los ciberataques (Fuente: Riesgos Globales 2020 - Foro Económico Mundial).

La revolución digital está en el origen de algunos de estos retos e implica importantes dilemas éticos que plantean una responsabilidad ineludible para el sector. Al mismo tiempo, las nuevas tecnologías pueden ayudar a solucionar problemas que hasta ahora no tenían respuesta y procurar un progreso justo e inclusivo.

Estas sociedades han de poder abordar los citados retos económicos, sociales y ambientales y para ello, las personas confían en las compañías.

Así, se plantea una evolución de los modelos actuales hacia un 'capitalismo de stakeholders', en el que el propósito es que las empresas tengan como eje central y transversal la colaboración con todos sus grupos de interés en la creación de valor compartido y sostenido, en línea con lo recogido en el Foro de Davos 2020 (Fuente: Manifiesto de Davos 2020: 'El propósito universal de las empresas en la cuarta revolución industrial') en el marco de la Industria 4.0.

Las empresas de telecomunicaciones, como proveedores universales de conectividad y tecnología, estamos llamadas a jugar un papel clave en esta revolución. Estamos acometiendo una metamorfosis hacia las redes de nueva generación, tanto en sus redes fijas con una transición hacia la fibra, como en sus redes móviles con la evolución hacia el 5G, en un momento además en el que el sector está sometido a un elevado nivel de competencia. Como consecuencia, nos encontramos en un momento en el que el statu quo de nuestra

industria está cambiando a un ritmo cada vez más intenso, lo que trae consigo el reto de buscar nuevos modelos que se adapten a las nuevas reglas de juego.

1.2. Misión, propósito, visión GRI 102-14

La misión de Telefónica es hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas.

Esto implica humanizar la tecnología, ponerla al servicio de las personas. Y nos comprometemos a hacerlo de acuerdo con los valores que definen a nuestra Compañía:

- **Somos abiertos.** Creemos que trabajando de una manera colaborativa, amable y transparente se consiguen las mejores soluciones. Somos un sistema abierto donde todo el mundo cuenta.
- **Somos retadores.** Ofrecemos soluciones innovadoras, transformamos y simplificamos la vida de las personas. Y no nos conformamos: estamos siempre dispuestos a cambiar para hacerlo mejor.
- **Somos confiables.** Trabajamos de manera honesta, sencilla y comprometida, ofreciendo una conexión segura y de calidad. Seguimos aquí después de casi 100 años adaptándonos a lo que nuestros clientes necesitan.

1.3. Materialidad

1.3.1. Cómo nos relacionamos con nuestros grupos de interés [GRI 102-43, 102-21](#)

En 2019 continuamos con el proceso de transformación y simplificación del Grupo para así poder dar respuesta ágil a los retos a los que nos enfrentamos tanto a nivel económico como social y ambiental.

La complejidad e interrelación de los retos hace que sea imprescindible la conexión y la colaboración con nuestros grupos de interés. Por ello, es preciso contar con un proceso de diálogo que permita conocer y entender a los distintos actores y factores que intervienen, su nivel de relevancia y expectativas, así como buscar espacios comunes donde trabajar conjuntamente para resolver dichos retos.

Con el fin de facilitar ese diálogo e incorporar las demandas de los grupos de interés a la toma de decisiones estratégicas de la Compañía, en 2016 establecimos el Panel de Negocio Responsable. En él están representados nuestros principales grupos, tanto a nivel local como global.

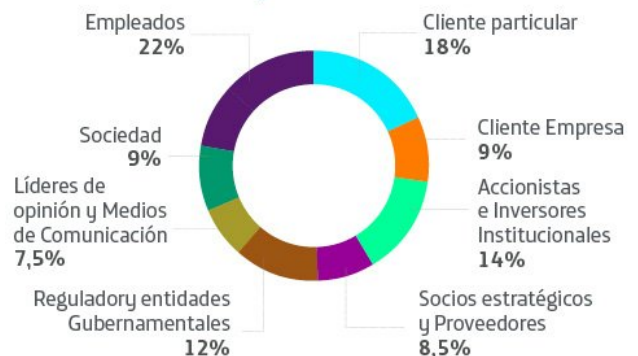
El Panel se articula en dos niveles, logrando así mayor representatividad, flexibilidad y cercanía a nuestros grupos con independencia de la geografía en que se encuentren:

- **Panel Asesor**, compuesto por un número reducido de representantes de cada grupo de interés, donde se produce un debate cualitativo y en profundidad sobre los diferentes aspectos materiales. A finales de 2019 el Panel estaba compuesto por 11 organizaciones (Allianz Global Investors, Bankia, CCOO, eRevalue, Ericsson, Gestamp, KREAB, OCU, UGT, Unicef, WBCSD) representantes de las categorías de grupos de interés: clientes, empleados, socios estratégicos y proveedores, accionistas e inversores. Para más detalle consultar el capítulo 2.12. Anexo.
- **Panel Extendido**, integrado por un número representativo de grupos de interés a nivel local y global, que permite el análisis cuantitativo de temas materiales y de tendencias. En 2019 multiplicamos por cinco la participación del Panel de 2018, logrando así la participación más alta en los cuatro años de vida del panel (más de 100.000 participantes).

Participación de los Grupos de Interés



Peso de los Grupos de Interés



El Panel refuerza la relación que las operadoras tienen en el marco de su gestión diaria con estos grupos en sus respectivos países. Ambas actuaciones están coordinadas y se realimentan entre sí. El capítulo 2.12. Anexo recoge de forma gráfica y detallada las diferentes formas de relación con nuestros grupos de interés. Esto nos permite sentar las bases para trabajar de forma conjunta por la sociedad del mañana.

1.3.2 Aspectos materiales de nuestra actividad

[GRI 102-34, 102-44, 102-47](#)

El diálogo con los grupos de interés es la base principal para identificar los aspectos materiales y definir nuestra matriz de materialidad.

Apoyándonos en el Panel de Negocio Responsable y en base a una metodología desarrollada internamente e implementada y validada por Ipsos (compañía multinacional de investigación de mercados), hemos actualizado el ejercicio de materialidad realizado hace cuatro años.

Dicha metodología permite obtener la matriz de materialidad de acuerdo con las directrices marcadas por el estándar de reporte no financiero GRI (*Global Reporting Initiative*) en su versión *G4 Guidelines*. Según estas directrices, el análisis de materialidad debe considerar aspectos que reflejen el impacto de la Compañía en temas económicos, medioambientales y

sociales y cómo esos temas influyen la toma de decisiones con respecto a Telefónica.

La matriz resultante según esta metodología nos permite tener un análisis desde una perspectiva global, pero también a nivel local y por grupo de interés (consultar las matrices por grupo de interés en el apartado 2.12 Anexo). Asimismo, hemos identificado la brecha existente entre la valoración de los grupos de interés y la estrategia de la Compañía: algo que servirá como input en el Plan de Negocio Responsable. Adicionalmente a la matriz de materialidad y gracias al análisis realizado, podemos conocer nuestro desempeño en sostenibilidad, la situación versus la competencia y la reputación de Telefónica por cada grupo de interés y geografía.

El proceso seguido se recoge en las siguientes fases:

A. Mapeo y validación de los grupos de interés a invitar, buscando la representatividad y exhaustividad en cada mercado y grupo de interés. Se completó un mapa de 111.119 participantes en total.

B. Identificación de asuntos materiales a evaluar: Trabajo interno en base a los estándares de referencia como GRI 101: *Foundation* 2016, *Integrated Reporting Council* (IIRC), AA1000AP de AccountAbility, la Norma ISO 26000, los Principios del Pacto Global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Asimismo, consideramos los inputs recibidos de los principales analistas e índices financieros, así como los criterios que toman como referencia factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG por sus siglas en inglés), y las conclusiones derivadas de los paneles celebrados con anterioridad.

Se identificaron 69 asuntos materiales, consolidados en 18 temáticas y 7 dimensiones. Esto ha facilitado la revisión en profundidad del proceso de materialidad, ganando en comprensión y granularidad de los aspectos materiales identificados. (Ver 2.12 Anexo)

C. Consulta a los grupos de interés. Dada la dimensión de la muestra se realizó a través de un cuestionario online, donde se evaluó la importancia que nuestros grupos dan a los 69 asuntos materiales, así como el impacto que la actuación de Telefónica tiene en los comportamientos y decisiones de dichos grupos.

La consulta se realizó a finales de 2019 en 11 países del Grupo: Alemania*, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú, Reino Unido y Venezuela.

(* En Alemania no se ha podido entrevistar a clientes ni empleados.)

De los más de 111.000 invitados, participaron activamente más de 4.000 personas, lo que supone una tasa de respuesta del 4%. Una tasa relevante dada la modalidad de consulta.

En esta fase se consultó también a 75 altos directivos para identificar *gaps* entre expectativas y estrategia, alineando así la sostenibilidad al negocio.

D. Análisis y validación de datos. Los datos han sido analizados y revisados por Ipsos; realizando posteriormente su validación interna y externa. En el primer caso se han presentado a la Comisión del Consejo de Administración Sostenibilidad y Calidad, así como a todas las áreas a nivel global y local que participaron en la definición del estudio.

La validación externa se realizó a través del Panel Asesor en la sesión celebrada a finales de enero de 2020. Esto nos ha permitido completar con opiniones cualitativas el ejercicio realizado, aspecto especialmente relevante dada el área tan estrecha en la que se mueve la matriz de materialidad resultante. El desempeño percibido de Telefónica -eje horizontal- oscila entre 6,55 y 7,88; mientras que la importancia declarada de los asuntos materiales se mueve entre 7,75 y 9,25. Ambos ejes en una escala de 0-10. Esto constata que todos los asuntos sometidos a la valoración de los grupos de interés son altamente relevantes para Telefónica.

E. Matriz de materialidad. El proceso seguido nos ofrece como resultado una matriz de materialidad desde una perspectiva global, donde también es posible conocer la valoración dada por cada una de las diferentes categorías de grupos de interés en los diferentes países donde operamos.

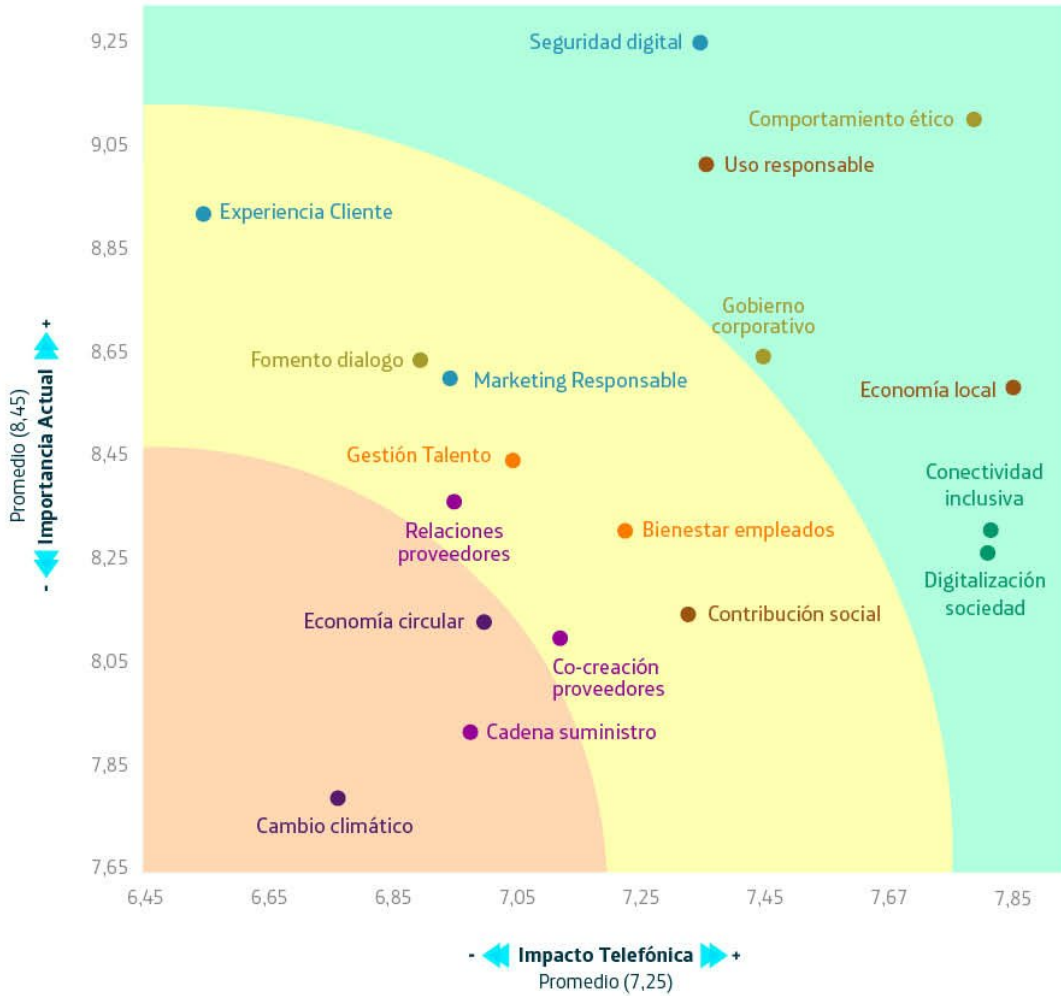
Para obtener resultados representativos se realizaron dos ponderaciones:

- Muestra de cada país, ponderada en función de su contribución a los ingresos totales de la Compañía,
- Muestra de los grupos de interés, ponderados según tres criterios: impacto en el negocio, nivel de relación e influencia del colectivo sobre otros. Este ejercicio se realizó internamente y contó con el soporte metodológico de IPSOS y Ernst & Young.

Como resultado, se obtuvo la siguiente Matriz de Materialidad como principal producto del proceso.

Matriz de materialidad

Consolidado total de grupos de interés y países
(n=4.092)

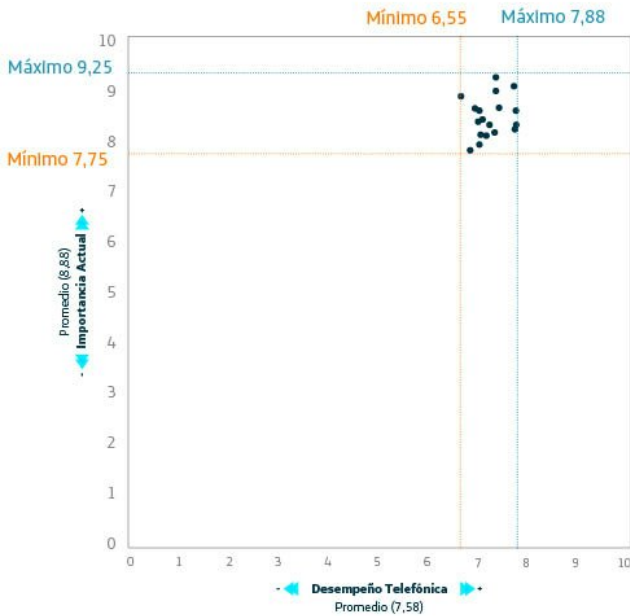


<p>Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencia de Cliente Productos y servicios éticos y sostenibles, adecuados a las demandas de los clientes Ciberseguridad, privacidad y protección de datos personales 	<p>Ética empresarial y Gobierno Corporativo</p> <ul style="list-style-type: none"> Comportamiento ético y responsable Gobierno corporativo Fomente el dialogo con grupos de interés
<p>Gestión del capital humano</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestión adecuada del talento Bienestar del empleado 	<p>Conectando a toda la sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> Conectividad fiable e inclusiva Agente clave en la transición digital de la sociedad
<p>Relación responsable con socios y proveedores</p> <ul style="list-style-type: none"> Establezca relaciones éticas y justas con proveedores Promueva la gestión responsable en toda la cadena de suministro Desarrolle relaciones de co-creación con proveedores 	<p>Cambio climático y medio ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> Cambio climático Economía circular
	<p>Impacto en la sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> Contribución a la economía local Contribución social Uso responsable de la tecnología

F. Principales conclusiones

Tanto la importancia atribuida por los grupos de interés a cada tema material como la influencia que en sus decisiones tiene el desempeño de Telefónica en cada aspecto material, debe señalarse que todos ellos son importantes, concentrándose todos los aspectos materiales en un cuadrante muy reducido.

Contexto de la materialidad



Importancia: Los temas más importantes para los grupos de interés de Telefónica en su conjunto son:

- Seguridad digital (9,25)
- Comportamiento ético (9,10)
- Uso responsable de la tecnología (9,01)
- Promesa cliente (8,90)

El impacto percibido de Telefónica es de moderado a positivo, superando los 6,55 puntos en todos los temas. Los aspectos más valorados son:

- Economía circular (7,88)
- Conectividad inclusiva (7,85)
- Digitalización de la sociedad (7,84)

La evolución del desempeño de Telefónica se considera estable en comparación con el año pasado, destacando una mejora significativa en el aspecto de cambio climático. En comparación con otras empresas del sector de telecomunicaciones, los consultados piensan que el impacto de Telefónica es similar (alrededor del 60% en la mayoría de los aspectos) o mejor (superior al 35% en todos los aspectos, excepto en Relaciones con el cliente y Relaciones con proveedores).

Este proceso de consulta nos ha permitido medir la reputación de Telefónica con un alcance 360° entre el público informado. La reputación general de la Compañía es buena habiendo obtenido un 7,5 sobre 10. Los empleados (8,17) y la alta dirección (8,0) son los que mejor impresión tienen de la Compañía; mientras que las entidades gubernamentales y organismos reguladores (6,67) junto con los clientes residenciales (6,67) son los más críticos.

1.3.3. Diálogo continuo

En relación con el diálogo continuo, forma parte de la operación cotidiana y se construye a partir de cada una de las interacciones que los grupos de interés tienen a través de distintos canales establecidos para tal fin.

A partir de 2019 incorporamos el principio de impacto al análisis de materialidad y a la relación continua con los grupos de interés. Se ha puesto foco en la monitorización continua de los principales canales de diálogo con los grupos de interés más relevantes, lo que nos permite medir el impacto de nuestra relación y compromiso con ellos. De esta forma es posible establecer planes de acción para dar respuesta a las necesidades, potenciando impactos positivos y mitigando aquellos que sean negativos.

Se destacan a continuación los principales canales de diálogo:

Grupo de interés	Canal de diálogo	KPI de impacto	KPI
Clientes	App Mi Movistar	Usuarios activos a 90 días	28.695.757
	Contact Center Movistar España (1004)	Clientes únicos atendidos (promedio anual)	1.195.931
	Canales Digitales	Total de Clientes (promedio anual)	2.482.074
Empleados	eNPS	% Tasa respuesta	77%
	Workplace	% de usuarios activos mensuales	79%
Socios estratégicos proveedores	Consulta anual a grupos de interés	Nivel de confianza declarado	82%
Accionistas e Inversores Institucionales	Junta General de Accionistas	Número de accionistas asistentes	369
	Actividades de engagement	Número de actividades de engagement	23 encuentros con accionistas minoritarios
			15 roadshows (inversores institucionales)
			14 conferencias (inversores institucionales)
		Número de accionistas e inversores institucionales contactados	Aproximadamente 500 accionistas minoritarios
		Aproximadamente 650 inversores institucionales	
Sociedad	Reputación	Cantidad de entrevistas realizadas Reptrak	24200 Entrevistas
	RRSS	Nº Followers de las cuentas exclusivas de @Telefonica (Linkedin, Twitter, Facebook e Instagram)	1,78 millones de followers
Entidades gubernamentales y reguladores	Reuniones instituciones Unión Europea	Cantidad de reuniones (promedio vs. sector)	10 (+ 30%)
Líderes de opinión, medios y servicios de comunicación	Notas de prensa, Entrevistas, Convocatorias y atención a medios de comunicación	Gestiones de Comunicación (vs. 2018)	6956 (+ 10%)

1.4. Estrategia de Telefónica: Crecimiento, eficiencia y confianza **GRI**

102-14

La estrategia de Telefónica para hacer frente a nuestra misión se resume en tres pilares fundamentales que van a dar respuesta a las necesidades de nuestros grupos de interés de forma sostenible en el largo plazo.

Crecimiento. Telefónica tiene en cuenta a personas de todos los estratos sociales y es respetuoso con el entorno. Conscientes de la importancia de las nuevas tecnologías para garantizar un desarrollo económico justo, nos preocupamos de reducir la brecha digital. En paralelo desarrollamos servicios específicos con impacto positivo en el medioambiente que nos permiten aumentar nuestros ingresos, al tiempo que ayudamos a avanzar hacia una economía baja en carbono. Pero no solo eso, el componente sostenible forma ya parte de nuestras redes -alimentadas al 100% en nuestros cuatro mercados principales con electricidad renovable- y también de las soluciones digitales basadas en Big Data e Inteligencia Artificial, garantizando desde el diseño aspectos como la ética y la privacidad.

Eficiencia. Cuando hablamos de eficiencia en Telefónica, la prioridad son los clientes: queremos ofrecerles una experiencia más simple y totalmente digital. La digitalización de nuestros procesos nos permite, al mismo tiempo, generar ahorros. Todo ello soportado por las mejores redes del mercado, en calidad y eficiencia energética (la fibra es un 85% más eficiente que el cobre), libres de legados y preparadas para el 5G.

Confianza. La confianza es el punto clave de cualquier negocio de futuro. Y en nuestro sector se construye priorizando la satisfacción de los clientes y se extiende a los demás grupos de interés. Hemos de demostrar que somos relevantes para todos ellos teniendo en cuenta aspectos como el comportamiento ético, la ciberseguridad (parte diferencial de nuestra relación con el cliente), el uso responsable de la tecnología y el gobierno corporativo.

Con crecimiento, eficiencia y confianza vamos a conseguir dar respuesta a las necesidades de nuestros grupos de interés:

- Ofreciendo a nuestros **clientes** los servicios que necesitan para la transición digital y energética y construyendo con ellos relaciones de largo plazo basadas en la confianza.
- Compartiendo nuestro propósito con nuestros **empleados**, a la vez que les permitimos desarrollar sus capacidades digitales y ayudar a los clientes desde unos valores compartidos.
- Siendo habilitadores clave para el progreso de las **sociedades**, favoreciendo una transición digital justa e inclusiva.
- Creando valor de manera compartida y responsable con nuestros **socios**.
- Dando a nuestros **accionistas** crecimiento y eficiencia a largo plazo.

El triángulo que forman el crecimiento, la eficiencia y la confianza como vértices de un negocio sostenible está detrás de la estrategia de la Compañía que presentamos el 27 de noviembre de 2019 con cinco decisiones estratégicas, foco en nuestros cuatro mercados clave (España, Brasil, Reino Unido y Alemania): la creación de Telefónica Tech para impulsar el crecimiento de los servicios digitales de IoT/Big Data, cloud y ciberseguridad y captar interés inversor; la creación de Telefónica Infra para aflorar el valor de activos de telecomunicaciones; el spin-off operativo de Hispam para unificar gestión, capturar sinergias operativas y atraer inversión y, por último, la reorganización del centro corporativo para adaptarlo a la Nueva Telefónica.

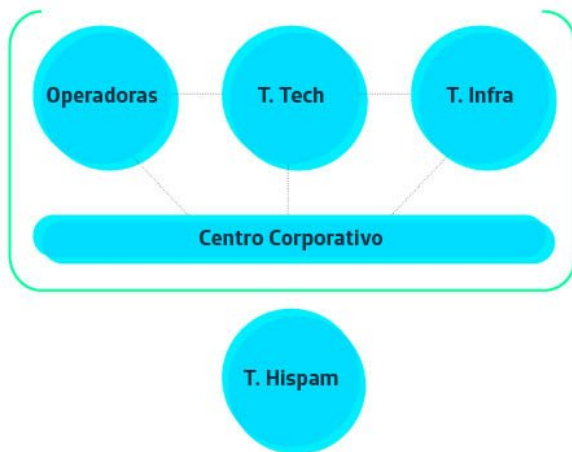
La organización resultante nos permitirá mejorar el servicio a nuestros clientes, además de crecer y aprovechar las escalas y sinergias del Grupo.

1.5. Organización de Telefónica GRI 102-2

La nueva organización de Telefónica, presentada el 27 de noviembre de 2019, persigue responder a la necesidad de ganar agilidad en la implementación de los cambios necesarios para dar un mejor servicio a los clientes y aprovechar las escalas y sinergias del Grupo.

El centro corporativo pasa a focalizarse en aquellas actividades que aportan un valor diferencial al resto de unidades y que nos permiten capturar el valor de la escala, eliminando algunas duplicidades existentes con las estructuras de los países. Asimismo, incrementamos nuestro nivel de ambición en los planes de simplificación y digitalización de las operaciones.

La nueva Telefónica



Telefónica España, Alemania, Reino Unido y Brasil:

Focalización de los recursos en los mercados de más valor, priorizando la inversión para la modernización y despliegue de la Red, así como para la digitalización de la Compañía, que permita mejorar el servicio y la atención a los clientes y capturar eficiencias.

Telefónica Tech:

Unidad que aglutina los negocios digitales con alto potencial de crecimiento y que pretende ser el socio que acompañe a otras compañías en su transformación digital. Inicialmente esta unidad desarrolla tres negocios: Ciberseguridad, Cloud, IoT/BigData.

En Telefónica Tech se integran las unidades dedicadas actualmente a la prestación de los citados servicios, con el fin de focalizar aún más la gestión y conseguir la escala que permita atraer el talento tecnológico adecuado. Con procesos más ágiles, eficientes y la palanca que puede dar la incorporación de nuevos socios, se quiere acelerar de forma exponencial el crecimiento de estos negocios.

Esta unidad será la que entregue la oferta de valor que los equipos comerciales de cada país ofrecerán a los clientes. También se pretende exportar la propuesta a otros países en

los que Telefónica no está presente mediante acuerdos con otras compañías.

Además, esta unidad se podrá expandir en el futuro si aparecen nuevas oportunidades de negocio con dicho potencial. Del mismo modo está abierta a adquisiciones que complementen el portafolio.

Telefónica Infra:

Con el 50,01% de Telxius como primer activo, Telefónica Infra aglutina las participaciones accionariales de Telefónica en vehículos de infraestructuras de comunicaciones, dando servicio a terceros operadores e incorporando socios.

Por medio de Telefónica Infra, Telefónica persigue poner en valor un portafolio único de activos, enfocándose en el desarrollo y monetización de torres, sistemas de antenas distribuidas, *data centers* -incluido EDGE-, proyectos *greenfield* de fibra o cables submarinos, entre otros.

Con una filosofía amplia de acuerdos, Telefónica Infra está abierta a distintos esquemas de participación accionarial (mayoritaria o minoritaria), y a los mejores socios para cada uno de los tipos de activo.

Telefónica Hispam:

Unidad que aglutina los negocios en el resto de países de Latinoamérica, salvo Brasil, con un equipo de gestión específico y diferente al del resto del grupo, que tendrá como objetivo fundamental la atracción de inversores y la obtención de potenciales sinergias con otros agentes de los mercados, con una filosofía de garantizar y maximizar el servicio que ofrece a sus clientes.

Centro Corporativo:

El centro corporativo permitirá maximizar las sinergias entre todas las unidades y cristalizar el valor de la escala de Telefónica.

Para acceder a la información completa sobre los órganos de gobierno y ejecutivos de Telefónica, ver Capítulo 4 Informe Anual de Gobierno Corporativo, subcapítulos 4.1. Principales aspectos de gobierno corporativo en 2019 y perspectivas para 2020, 4.4. Estructura organizativa de los órganos de administración, 4.4.1. Consejo de Administración y 4.4.2. Equipo Directivo.

1.6. Principales magnitudes y presencia GRI-102-5, 102-6, 102-7

Telefónica es uno de los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones del mundo. Nuestro objetivo es crear, proteger y promover conexiones fijas y móviles para nuestros clientes, ayudándoles a tomar el control de su vida digital. Es por ello por lo que, en los mercados en los que operamos, les ofrecemos la conectividad que necesitan para interactuar y vivir a través de productos y servicios sencillos mientras protegemos sus datos y los gestionamos de una manera responsable. Telefónica es hoy una Compañía que se basa en la tecnología actual para crear una sociedad mejor y más inclusiva.

Nuestro propósito es ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de llegar al mundo digital sin importar su ubicación, estado económico o los conocimientos y capacidades digitales. Somos una Compañía completamente privada que en 2019 ofreció sus servicios en 14 países, con 344 millones de accesos en todo el mundo y presencia en 34 países en los que poseemos y operamos nuestra propia red IP global.

2019	Ingresos de operadora (millones de euros)	Accesos en total (miles)
España	12.767	41.838
Alemania	7.399	48.258
Reino Unido	7.109	34.860
Brasil	10.035	93.732
Hispan Norte (Colombia, México, Centroamérica*, Ecuador y Venezuela)	3.795	64.266
Hispan Sur (Argentina, Chile, Perú y Uruguay)	6.384	50.852

* Se excluyen de Centroamérica tras el cierre de su venta: Telefónica Panamá desde el 1 de septiembre de 2019, Telefónica Nicaragua desde el 1 de mayo de 2019 y Telefónica Guatemala desde el 1 de enero de 2019. Las ventas de Telefónica Costa Rica y Telefónica El Salvador están pendientes de aprobación regulatoria.

1.6.1. Con sólidos resultados financieros

	2019	Crecimiento anual orgánico
Ingresos (millones de euros)	48.422	3,2%
OIBDA (millones de euros)	15.119	1,9%
Margen OIBDA	31,2%	-0,4 p.p.
CapEx (millones de euros)	8.784	4,0%
Flujo de caja operativo (OIBDA- CapEx millones de euros)	6.335	0,1%

	2019	Crecimiento anual reportado
Deuda financiera neta (millones de euros)	37.744	-8,1%
Flujo de caja libre (millones de euros)	5.912	20,6%

1.6.2. Evolución de la acción en 2019

Telefónica 2019

Evolución de la acción (TEF & IBEX-35 & DJ TELCO)



Datos acción	
Cierre (€)	6,23
Máximo 52 semanas (€)	7,90
Mínimo 52 semanas (€)	5,86
Volumen medio diario (mill. Acciones; BME)	21,41
Número acciones (millones)	5.192
Capitalización (millones de €)	32.331

Recomendaciones analistas	
Comprar	54%
Mantener	40%
Vender	6%

Precio objetivo

8,33 €/acción

Fuente: Bloomberg.

Remuneración / Rentabilidad total al accionista

0,4€/acción en efectivo

- ▶ 0,2€ 19 de diciembre 2019
- ▶ 0,2€ junio 2020
- ▶ Pagados en efectivo en 2019
- ▶ 0,2€ el 20 de junio y 0,2€ el 19 de diciembre

RTA 2019: -10,2%

Presencia en bolsas

Madrid
Nueva York (ADR)
Lima (ADS)

Ratings crediticios

Moody's	Baa3
Fitch	BBB
S&P	BBB

Número de accionistas

1,2 millones

Participaciones significativas

BBVA	5,18%
Caixabank	5,01%
Blackrock	5,21%

Los principales índices europeos y estadounidenses cerraron el año 2019 con ganancias superiores al 20%: EStoxx-50 (+24,8%), S&P-500 (+28,9%). En Europa, el índice de referencia español Ibex-35 volvió a mostrar por tercer año consecutivo un peor comportamiento relativo: +11,8% frente a DAX (+25,5%), CAC-40 (+26,4%), y FTSE-100 (+12,1%). La incertidumbre política y el mal comportamiento del sector bancario en un entorno de tipos cero fueron los principales lastres.

El año estuvo marcado por la escalada de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, la inestabilidad provocada por la incertidumbre del Brexit y los temores a una recesión ante la desaceleración del crecimiento económico. Sin embargo, a lo largo del año estas incertidumbres se han ido diluyendo, principalmente en la segunda mitad, con las expectativas de acuerdos comerciales entre Estados Unidos y China y entre la Unión Europea y el Reino Unido. Asimismo, la política monetaria expansiva de los principales bancos centrales ha favorecido la vuelta al optimismo en los mercados tras los descensos registrados en 2018. Así, la Reserva Federal, después de las subidas de tipos de 2018 hasta el 2,5%, redujo en tres ocasiones el tipo de interés oficial del dinero en 2019 hasta el 1,75%. Por otro lado, el Banco Central Europeo bajó la tasa de depósitos hasta el -0,5%, reinició el programa de compras de deuda y reafirmó el compromiso de mantener los tipos de interés inalterados en el 0%. Por sectores y en Europa (DJ Stoxx-600 +23,2%) todos han cerrado el año con ganancias, con el sector de Servicios Financieros (+39,2%) y con el de Construcciones y Materiales (+37,3%) liderando las subidas.

En este contexto, el sector de telecomunicaciones volvió a mostrar un comportamiento relativo peor que el mercado (+0.1%) impactado por las expectativas de incremento de la inversión, el impacto de las subastas de espectro, principalmente en Alemania, la falta de crecimiento, el elevado nivel de endeudamiento, el entorno competitivo en algunos mercados como Italia o España y por la regulación. A pesar de ello, las operadoras europeas han seguido profundizando en medidas de digitalización, en la compartición de redes y en la monetización de los activos de infraestructura, mejorando así la eficiencia del capital empleado y aumentando la creación de valor para los accionistas.

La acción de Telefónica cerró 2019 en 6,23 euros por acción, -15,2% en el año, una rentabilidad total para el accionista del -10,2% descontando la distribución de dividendos de 0,40 euros por acción en efectivo. La evolución de la acción de Telefónica se explica por el peor comportamiento relativo del sector y del mercado español, por la depreciación de las divisas latinoamericanas (principalmente el peso argentino) y la libra

respecto al euro, el empeoramiento del entorno competitivo en algunos mercados y el nivel de endeudamiento. Si bien, la Compañía ha seguido presentando crecimiento orgánico interanual de ingresos y OIBDA, con un sólido flujo de caja libre que explica fundamentalmente la continua reducción de la deuda financiera neta.

Telefónica cerró el ejercicio 2019 con una capitalización bursátil de 32.331 millones de euros, situándose como la decimoséptima compañía del sector de telecomunicaciones a nivel mundial.

1.6.3. Avanzando hacia un mundo más sostenible GRI 102-4, 204-1

Destacaríamos, dentro de la evolución de nuestros accesos, un fuerte ritmo de incremento de la penetración del LTE y FTTX / Cable en las comunidades en que estamos presentes.

	Penetración LTE 2019	Variación interanual
España	57.7%	2,6 pp
Alemania	57.7%	13,4 pp
Reino Unido	74.5%	11,6 pp
Brasil	75.7%	12,4 pp
Argentina	50.8%	8,3 pp
Chile	46.1%	6,6 pp
Perú	37.6%	5,0 pp
México	33.1%	7,1 pp
Colombia	51.0%	11,4 pp
Total	58.1%	11,4 pp

	Penetración FTTX / Cable sobre Banda Ancha 2019	Variación interanual
España	71,8%	7,8 pp
Alemania (VDSL)	74,9%	5,6 pp
Brasil	72,4%	5,7 pp
Argentina	43,1%	12,1 pp
Chile	60,6%	12,9 pp
Perú	88,5%	11,3 pp
Colombia	28,2%	3 pp
Total	68,5%	7,5 pp

El *Net Promoter Score* (NPS), implantado el pasado año, nos permite medir el vínculo emocional con nuestros clientes. El NPS a cierre de 2019 fue del 21%.

Cumplimos un ambicioso plan de reducción de emisiones y eficiencia energética:

	2015	2016	2017	2018	2019
% de energía proveniente de fuentes renovables	20,8%	46,8%	47,9%	59,2%	81,6%
Consumo de energía por tráfico (MWh/PB)	409	268	194	148	115
% Evolución de Eficiencia Energética (año base: 2015)	0%	-35%	-53%	-64%	-72%
Emisiones GEI alcance 1+2 (market method) (tCO ₂ eq)	1.912.188	1.444.833	1.355.418	1.176.656	962.946

Mantenemos el compromiso con la diversidad:

	2016	2017	2018	2019
Mujeres en plantilla	38%	38%	38%	38%
Mujeres directivas	21%	22%	23%	26%

Contribuimos al desarrollo de las comunidades en que estamos presentes:

2019	Ingresos Grupo por país* (millones €)	Empleados Grupo por país	% de proveedores locales	Inversión total realizada en el país* (millones €)	Gastos salariales en el país* (millones €)	Impuestos soportados en el país* (millones €)
Alemania	7.870	8.156	79,4%	2.473	617	284
Argentina	2.142	14.517	88,1%	313	552	264
Brasil	10.056	34.504	96,6%	2.032	1.050	579
Centroamérica	576	507	50,0%	67	48	54
Chile	1.918	4.159	83,3%	315	195	9
Colombia	1.400	5.518	80,4%	310	133	107
Ecuador	477	1.106	72,3%	58	64	85
España	12.804	28.388	79,5%	1.764	4.304	-69
México	1.193	1.882	82,1%	129	157	312
Perú	2.138	5.423	78,9%	308	336	144
Reino Unido	7.070	6.928	81,9%	914	518	221
Uruguay	282	624	76,4%	54	28	43
Venezuela	75	1.771	75,8%	20	11	3

*Conversión a tipos de cambio promedio del ejercicio 2019.

1.6.4. Nuestras marcas GRI 102-2

La estrategia de marca de Telefónica se representa a través de un modelo que combina *Superbrands* y marcas especializadas, para competir con éxito y aportar valor al negocio.

Superbrands

Nuestras *Superbrands* son marcas reconocidas, relevantes y diferenciales, que aportan valor a nuestro *core business* de la conectividad, en los 14 países donde operamos.

- **Telefónica:** es nuestra marca institucional y también con la que nos relacionamos con nuestros clientes multinacionales y empleados. Nuestra marca cuenta con operaciones en 14 países y presencia en 24.
- **Movistar:** es la marca comercial más internacional. Tiene presencia en 11 países, ocupando la posición 75 del ranking mundial de BrandZ.
- **O2:** marca comercial presente en Alemania, España y Reino Unido. Ocupa la posición 11 del ranking BrandZ en Reino Unido.
- **Vivo:** nuestra marca comercial en Brasil. En 2018 ocupaba la posición 16 del ranking de BrandZ en Brasil. (El dato del 2019 no ha sido publicado aún a fecha de este informe).

Marcas especializadas

Irrumpen con fuerza en la captura de nuevos negocios digitales y nuevos modelos de negocio más allá de nuestras actividades de base. Destacando:

- **Eleven Paths:** unidad de negocio especialista en Ciberseguridad de Telefónica.
- **LUCA:** unidad de servicios de Big Data e Inteligencia Artificial de Telefónica.
- **Acens:** la marca que ofrece *hosting*, servidores dedicados y servidores *cloud* en España.
- **Giffgaff:** el OMV (Operador Móvil Virtual) bajo la cual opera O₂ en el Reino Unido.
- **Telxius:** participación mayoritaria en la empresa de infraestructuras que gestiona torres y la red internacional de cable de fibra óptica de alta capacidad.
- **Tuenti:** OMV (Operador Móvil Virtual) bajo la cual opera Movistar en España, Argentina y Ecuador.
- **Blau:** OMV (Operador Móvil Virtual) bajo la cual opera O₂ en Alemania.
- **On the spot:** empresa especializada en *in-store media services* y servicios audiovisuales para empresa, así como en la implementación y gestión de redes digitales de publicidad *out-of-home*.

EVOLUCIÓN DE NUESTROS NEGOCIOS

1.7. Modelo de crecimiento: conectividad inclusiva y servicios digitales GRI 102-2

Nuestro modelo de crecimiento se deriva de nuestra visión y estrategia, cimentándose en sus tres pilares (crecimiento, eficiencia y confianza), dentro de los ámbitos de negocio de nuestra Compañía, tanto en la propuesta de valor dirigida a particulares (B2C) como en la dirigida a empresas (B2B).

Partimos de las fortalezas que hemos venido construyendo y que se pueden resumir en la idea de Telefónica como una compañía de plataformas:

- La primera plataforma, que reúne nuestros activos clave y redes de comunicaciones, para ofrecer la mejor conectividad
- La segunda plataforma, que incluye los sistemas de provisión, operación, mantenimiento..., para implementar los nuevos paradigmas más simples y eficientes: virtualización, *softwerización* y *cloudificación*
- La tercera plataforma, que aúna todos nuestros servicios a nuestros clientes, para que se puedan crear las mejores experiencias
- La cuarta plataforma, que centraliza la visión de todos los datos que manejamos en nombre de nuestros clientes

Nuestro modelo de crecimiento nos permite afrontar los retos que vendrán de los cambios que estamos viendo (y que hemos resumido como la Cuarta Revolución Industrial).

En el mundo de servicios a **particulares (B2C)**, nos enfrentamos a un negocio maduro en la mayoría de nuestras operaciones y por tanto debemos transformarnos si queremos crecer. Nuestra visión consiste en el desarrollo de una experiencia de usuario unificada, partiendo de nuestras capacidades transversales en la cuarta plataforma.

Nuestra meta es transformar nuestra relación con nuestros clientes mediante dos ejes vertebradores: el uso de Aura, con la ayuda de sistemas cognitivos basados en Inteligencia Artificial, así como de Novum como punto de acceso a la gestión de nuestras experiencias y servicios. De esta forma, queremos establecer relaciones duraderas y de confianza con nuestros clientes. Cabe mencionar nuestra posición pionera respecto a privacidad y seguridad, ayudando a nuestros clientes a controlar y gestionar mejor sus datos.

Para construir esta experiencia unificada, consideramos cuatro áreas estratégicas basadas en nuestras plataformas digitales para particulares: My Entertainment, My Home, My Things y My Financial Services.

Cabe destacar que ya hemos empezado dicho camino y que, por ejemplo, Smart Wi-Fi (My Home) cuenta ya con 29 millones de usuarios en nueve países o que más de un millón de clientes autogestionan sus servicios de Telefónica mediante Novum en 6 países.

Siendo más relevantes para nuestros clientes lograremos dos metas: (i) ayudarles a gestionar mejor y más eficientemente sus servicios digitales y (ii) generar valor adicional originando nuevos ingresos mientras que incrementamos la retención en nuestros servicios core. Un buen ejemplo de la combinación de ambas metas son nuestras nuevas propuestas flexibles para el segmento residencial con el lanzamiento de O₂ Extras en Reino Unido y los Planes Familia en Colombia.

El mundo de las **empresas (B2B)** dentro de nuestra industria es un mercado que ha venido demostrando un crecimiento sostenido (*Fuente: Gartner, previsiones sobre el mercado TIC*) de en torno al 4% anual a nivel mundial para 2019 y se prevé que continúe en años posteriores. Dentro de este mercado, la palanca principal de este crecimiento es el segmento de Tecnologías de la Información (TI).

Esta realidad nos lleva, de forma similar a otras empresas dentro del sector de las telecomunicaciones, a posicionarnos dentro del segmento de TI para empresas para capturar esta oportunidad de crecimiento. De hecho, este posicionamiento ya nos permite crecer de forma sostenida: 4,4% interanual hasta los 9.455 millones de euros en 2019.

Merecen una mención especial nuestros servicios digitales para B2B como los elementos más dinámicos y con un mayor potencial de crecimiento: Ciberseguridad, Cloud, IoT y Big Data.

- En el 2019 tuvimos un crecimiento anual sostenido por encima del 30% y se esperan unos ingresos adicionales de unos 2.000 millones de euros de aquí al 2022. Ya en 2019 se han mostrado como motores de crecimiento muy dinámicos: Cloud con 697 millones de euros y +18% en 2019 (con los negocios de IaaS y SaaS creciendo por encima del 50% en el año), IoT con 530 millones de euros y +45,4% en 2019 (se alcanzan 24 millones de accesos, repitiendo como líderes, por sexto año consecutivo, en el Cuadrante Mágico de Gartner de servicios IoT gestionados a nivel mundial) y Seguridad con 497 millones de euros y +26,5% en 2019.
- Ganando cuota e importancia en un mercado que crece y que es ya muy relevante. Solo en nuestra huella, estos mercados representarían ya en 2019 unos 69.000 millones (*Fuentes: Gartner, Pivotal IQ, IOT Machina Research*). Mercados huella Telefónica. con un crecimiento sostenido a doble dígito.

Nuestro objetivo final es mucho más ambicioso: queremos convertirnos en el socio confiable y preferente de nuestros clientes empresariales para ayudarles en su transformación digital y en alcanzar un nuevo nivel de eficiencia. Para ello, debemos crear una propuesta de valor completa desde las comunicaciones y conectividad, nuestro negocio *core* y mayor fortaleza por la que nuestros clientes nos eligen hasta ahora, hasta los servicios de TI y digitales. Para ello, estamos trabajando en completar nuestras capacidades para:

- Crear soluciones personalizadas extremo a extremo. Se trata de tener una propuesta de valor que se pueda personalizar a la medida de nuestros clientes y que ofrezca un servicio extremo a extremo. Para construirlas, es necesario desarrollar las capacidades de integración y servicios profesionales, una tarea crítica que ya estamos acometiendo.
- Convertirnos en el único punto de contacto en TI y comunicaciones *one stop shop*: Tener la oferta más completa que incluya los mejores productos y servicios tanto propios como de terceros. Para lograrlo, ya estamos desarrollando nuestras capacidades en servicios TI y digitales y estamos colaborando con empresas líderes que enriquezcan nuestra propuesta (por ej. en *cloud*, ofimática...).

Por todo ello, pensamos que el mercado B2B será para nosotros un ingrediente clave en nuestro modelo de crecimiento para los próximos años.

Pensando en el futuro más a largo plazo, este modelo de crecimiento se irá reforzando con la aparición de nuevos escenarios y modelos de negocio (ej. Nuevos modelos de plataformas y B2B2X de la Cuarta Revolución y más cuando se apliquen al 5G o al Edge).

1.8. Evolución de nuestros negocios

1.8.1. Principales aspectos del ejercicio 2019

Telefónica en 2019 ha tenido un crecimiento positivo en ingresos en Telefónica España, Telefónica Brasil con la mayor cuota de mercado móvil desde 2006, Telefónica Reino Unido que continúa creciendo en ingresos y Telefónica Alemania con un fuerte momento comercial y ganancias netas positivas. La eficiencia se traduce en rentabilidad, con Telefónica España y Telefónica Brasil logrando elevados márgenes de resultado operativo, y continuando obteniendo ahorros de digitalización. Telefónica continúa reduciendo su deuda, con una gestión de activos basada en la rentabilidad del capital empleado y mejorando su ratio de Capex/Ingresos. Con todo ello, los ingresos y el Resultado Operativo del Grupo crecen orgánicamente estando alineados con las expectativas.

La variación reportada de los resultados consolidados del 2019 refleja la adopción de la normativa contable NIIF 16 desde el 1 de enero de 2019 (los resultados del 2018 se reportan bajo la anterior NIC-17). La variación orgánica excluye el efecto del cambio contable a NIIF 16 en el 2019 (-123 millones de euros

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS				
Miles de accesos	2018	2019	%Var. reportada	%Var. orgánica ⁽¹⁾
Accesos de telefonía fija ⁽²⁾	35.273,6	31.285,4	(11,3%)	(10,6%)
Accesos de datos e Internet ⁽³⁾	22.087,5	21.166,9	(4,2%)	(4,1%)
Banda ancha ⁽⁴⁾	21.645,2	20.837,1	(3,7%)	(3,7%)
FTTx/Cable	13.213,1	14.280,9	8,1%	8,1%
Accesos móviles	270.814,9	261.532,9	(3,4%)	(0,4%)
Prepago	147.062,0	131.791,8	(10,4%)	(5,6%)
Contrato	123.752,9	129.741,1	4,8%	5,4%
M2M	19.483,0	23.770,4	22,0%	22,4%
TV de Pago	8.875,4	8.437,1	(4,9%)	(4,8%)
Accesos clientes finales	337.051,5	322.422,2	(4,3%)	(1,9%)
Accesos mayoristas	19.520,0	21.912,7	12,3%	12,3%
Accesos mayoristas fijos	3.951,5	3.822,8	(3,3%)	(3,3%)
Accesos mayoristas móviles	15.568,5	18.089,9	16,2%	16,2%
Total Accesos	356.571,5	344.334,9	(3,4%)	(1,1%)

Notas:

Se excluyen los accesos de Telefónica Guatemala desde el 1 de enero de 2019 (2,8 millones de accesos a 31 de diciembre 2018), de Telefonía Celular de Nicaragua desde el 1 de mayo de 2019 (4,0 millones de accesos a 31 de diciembre 2018) y de Telefónica Móviles Panamá desde el 1 de septiembre de 2019 (1,6 millones de accesos a 31 de diciembre 2018). La tabla incluye accesos de Telefónica Costa Rica (2,2 millones y 2,2 millones a 31 de diciembre del 2018 y del 2019, respectivamente) y Telefónica El Salvador (2,1 millones y 2,1 millones a 31 de diciembre del 2018 y del 2019 respectivamente). Las ventas de Telefónica Costa Rica y Telefónica El Salvador están pendientes a la fecha de este informe anual.

⁽¹⁾ Se refiere a la exclusión del impacto de las ventas de Telefónica Móviles Panamá, Telefonía Celular Nicaragua y Telefónica Móviles Guatemala en 2019. Para excluir el impacto de dichas ventas en el cálculo de las variaciones orgánicas, las cifras comparativas del 2018 excluyen los accesos de estas operadoras.

⁽²⁾ Incluye los accesos fixed wireless y de voz sobre IP. Los accesos B2B de telefonía fija de España se regularizaron desde marzo de 2018 para reflejar todas las líneas facturadas incluidas en ciertos productos que hasta el momento no se estaban contabilizando en su totalidad. Las cifras de 2018 incluidas en esta sección han sido revisadas a efectos comparativos (+332,2 miles de accesos a 31 de diciembre de 2018).

⁽³⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

⁽⁴⁾ Incluye ADSL, satélite, fibra, cable módem y circuitos de banda ancha.

La siguiente tabla muestra las variaciones orgánicas y reportadas de 2019/2018 y las aportaciones al crecimiento reportado de Telefónica Móviles Panamá (que se vendió el 29 de agosto de 2019), Telefonía Celular de Nicaragua (que se

vendió el 16 de mayo de 2019) y Telefónica Móviles Guatemala (que se vendió el 24 de enero de 2019).

	%Var.	%Var. Org.	Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)		
			T. Guatemala	T. Nicaragua	T. Panamá
Accesos de telefonía fija	(11,3%)	(10,6%)	(0,6)	(0,2)	(0,1)
Accesos de datos e internet	(4,2%)	(4,1%)	0,0	0,0	0,0
Banda ancha	(3,7%)	(3,7%)	0,0	0,0	0,0
FTTx/Cable	8,1%	8,1%	0,0	0,0	0,0
Accesos móviles	(3,4%)	(0,4%)	(0,9)	(1,5)	(0,6)
Prepago	(10,4%)	(5,6%)	(1,6)	(2,5)	(1,0)
Contrato	4,8%	5,4%	(0,1)	(0,3)	(0,1)
M2M	22,0%	22,4%	0,0	(0,1)	(0,2)
TV de Pago	(4,9%)	(4,8%)	(0,1)	(0,1)	0,0
Accesos clientes finales	(4,3%)	(1,9%)	(0,8)	(1,2)	(0,5)
Accesos mayoristas	12,3%	12,3%	0,0	0,0	0,0
Accesos mayoristas fijos	(3,3%)	(3,3%)	0,0	0,0	0,0
Accesos mayoristas móviles	16,2%	16,2%	0,0	0,0	0,0
Total Accesos	(3,4%)	(1,1%)	(0,8)	(1,1)	(0,5)

La siguiente tabla muestra la evolución de accesos por segmento:

Accesos 2019	Variación interanual	% sobre Total Accesos	
		2018 (*)	2019
Telefónica España (*)	(0,1%)	11,7%	12,2%
Telefónica Reino Unido	5,7%	9,2%	10,1%
Telefónica Alemania	2,5%	13,2%	14,0%
Telefónica Brasil	(1,6%)	26,7%	27,2%
Telefónica Hispam Norte	(12,6%)	20,6%	18,7%
Telefónica Hispam Sur	(10,6%)	16,0%	14,8%
Otras compañías	18,9%	2,5%	3,1%

(*) Desde marzo de 2018 el cálculo de telefonía fija en Telefónica España han sido revisadas para reflejar todas las líneas facturadas incluidas en ciertos productos que hasta el momento no se estaban contabilizando en su totalidad. Las cifras de 2018 incluidas en esta sección "Principales aspectos del ejercicio" han sido revisadas a efectos comparativos.

Los **accesos móviles** ascienden a 261,5 millones a 31 de diciembre de 2019 y disminuyen un 3,4% frente al mismo periodo de 2018. Excluyendo el impacto de la salida de Telefónica Móviles Panamá, Telefonía Celular Nicaragua y Telefónica Móviles Guatemala, los accesos móviles disminuyeron un 0,4%, debido principalmente a los menores accesos de prepago (explicado por la alta intensidad competitiva en el mercado con ofertas de voz y datos ilimitados, no seguida por Telefónica, con el objetivo de evitar dañar la calidad de su red). Los accesos de prepago disminuyeron en todos los segmentos pero especialmente en Hispam Norte e Hispam Sur. Este decrecimiento se compensa con el crecimiento de los clientes móviles de contrato, que incrementa un 4,8% interanual (+5,4% excluyendo el impacto de la salida de Telefónica Móviles Panamá, Telefonía Celular

Nicaragua y Telefónica Móviles Guatemala), cuyo peso sobre el total de accesos móviles continúa aumentando hasta el 49,6% (+3,9 p.p. interanual).

Los **smartphones** continúan creciendo (+2,9% interanual) y se sitúan en 172,6 millones de accesos a 31 de diciembre de 2019, alcanzando una penetración sobre el total de accesos del 73,3% (+5,8 p.p. interanual), reflejo del foco estratégico de la Compañía en el crecimiento de los servicios de datos.

Los accesos de **banda ancha** fija se sitúan en 20,8 millones a 31 de diciembre de 2019, con un descenso interanual del 3,7%. Los accesos de fibra a 31 de diciembre de 2019 se sitúan en 14,3 millones, representando un crecimiento interanual del 8,1%.

Los accesos de **televisión de pago** alcanzan 8,4 millones de clientes a 31 de diciembre de 2019, con una disminución interanual del 4,9%.

Las tablas que se ven a continuación muestran la evolución estimada de Telefónica para el mercado de accesos móviles y de accesos de banda ancha fija de los últimos dos años.

Evolución posición competitiva

Telefónica	Cuota de mercado móvil ⁽¹⁾	
	2018	2019
España	29,7%	29,7%
Reino Unido	26,3%	26,4%
Alemania	36,7%	36,6%
Brasil	31,9%	32,9%
Argentina	31,4%	29,5%
Chile	29,7%	26,4%
Perú	34,6%	31,4%
Colombia	24,6%	24,0%
Venezuela	40,9%	48,5%
México	21,6%	21,6%
Centroamérica	26,7%	26,8%
Ecuador	29,8%	28,1%
Uruguay	35,9%	36,6%

⁽¹⁾ Estimación interna en ambos años.

Telefónica	Cuota de BAF ⁽¹⁾	
	2018	2019
España	40,4%	38,4%
Brasil	24,4%	21,6%
Argentina	22,0%	19,2%
Chile	32,9%	28,8%
Perú	71,6%	70,0%
Colombia	18,2%	16,5%

⁽¹⁾ Estimación interna en ambos años.

1.8.2. Resultados consolidados 2019/2018

Esta sección presenta las variaciones de las cuentas de resultados consolidadas del Grupo Telefónica de los ejercicios 2019 y 2018.

Resultados Consolidados	Año finalizado 31 de diciembre				Variación	
	2018		2019		2019 vs 2018	
	Total	% Sobre ingresos	Total	% Sobre ingresos	Total	%
Millones de euros						
Ventas y prestaciones de servicios	48.693	100%	48.422	100%	(271)	(0,6%)
Otros ingresos	1.622	3,3%	2.842	5,9%	1.220	75,2%
Aprovisionamientos	(14.013)	(28,8%)	(13.635)	(28,2%)	378	(2,7%)
Gastos de personal	(6.332)	(13,0%)	(8.066)	(16,7%)	(1.734)	27,4%
Otros gastos	(14.399)	(29,6%)	(14.444)	(29,8%)	(45)	0,3%
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE AMORTIZACIONES (OIBDA)	15.571	32,0%	15.119	31,2%	(452)	(2,9%)
Margen OIBDA	32,0%		31,2%			(0.8 p.p.)
Amortizaciones	(9.049)	(18,6%)	(10.582)	(21,9%)	(1.533)	16,9%
RESULTADO OPERATIVO (OI)	6.522	13,4%	4.537	9,4%	(1.985)	(30,4%)
Margen OI	13,4%		9,4%			(4.0 p.p.)
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	4	0,0%	13	0,0%	9	n.s.
Resultado financiero neto	(955)	(2,0%)	(1.832)	(3,8%)	(877)	91,8%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	5.571	11,4%	2.718	5,6%	(2.853)	(51,2%)
Impuesto sobre beneficios	(1.621)	(3,3%)	(1.054)	(2,2%)	567	(35,0%)
RESULTADO DEL EJERCICIO	3.950	8,1%	1.664	3,4%	(2.286)	(57,9%)
Atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante	3.331	6,8%	1.142	2,4%	(2.189)	(65,7%)
Atribuido a los intereses minoritarios	619	1,3%	522	1,1%	(97)	(15,7%)

n.s.: no significativo

Ajustes para el cálculo de las variaciones orgánicas

Las variaciones porcentuales interanuales señaladas en este documento como orgánicas o presentadas en términos orgánicos pretenden presentar variaciones interanuales sobre una base comparable, mediante la aplicación de un perímetro de consolidación constante, tipos de cambio constantes y aplicando otros ajustes específicos que se describen a continuación. Las variaciones orgánicas no deben ser evaluadas separadamente ni deben considerarse una alternativa a las variaciones reportadas.

A los efectos de este informe, variación orgánica 2019/2018 se define como la variación reportada ajustada para excluir los impactos que se detallan a continuación:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio y ajustes por hiperinflación en Argentina:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2018 para los dos periodos, excepto para Venezuela (resultados de 2018 y 2019 convertidos al tipo de cambio sintético al cierre de cada ejercicio).

La evolución de los tipos de cambio ha impactado negativamente en los resultados reportados de 2019, principalmente por la depreciación frente al euro de varias

divisas latinoamericanas (en especial el peso argentino y el real brasileño).

Asimismo se excluye el impacto de los ajustes por hiperinflación en Argentina, revirtiendo los ajustes registrados en ambos ejercicios.

El efecto de los tipos de cambio e hiperinflación en Argentina resta 3,1 puntos porcentuales al crecimiento de las ventas, 2,2 puntos porcentuales al crecimiento del OIBDA y 3,7 puntos porcentuales al resultado operativo en 2019.

- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación en 2019 y 2018. En estos años los principales cambios del perímetro de consolidación han sido la salida en diferentes fechas (y por tanto, su exclusión del perímetro de consolidación) derivada de su venta de Antares, Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá en 2019. En 2018 no hubo cambios significativos en el perímetro de consolidación.

Para excluir el impacto de los citados cambios de perímetro en el cálculo de la variación orgánica, la base comparativa de 2018 excluye principalmente los resultados de Antares,

Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá a partir del mismo mes de su venta en 2019 y el impacto del ajuste de las amortizaciones de los data centers vendidos en 2019.

- **Impacto NIIF 16 "Arrendamientos" ("NIIF 16"):** El 1 de enero de 2019 entró en vigor la NIIF 16, que tiene un impacto material en los resultados del Grupo. Para garantizar la comparabilidad con los resultados de 2018, la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en los resultados de 2019. La adopción de la NIIF 16 no tiene impacto en la cifra de ventas, si bien ha tenido un impacto en OIBDA de 1.509 millones de euros, aportando 9,7 puntos porcentuales al crecimiento del OIBDA. El impacto en el resultado operativo ha sido negativo en 123 millones de euros.
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto en 2019 y 2018 de los gastos de reestructuración principalmente relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo en Telefónica España adoptado bajo el II Convenio Colectivo de empresas vinculadas.

La distribución por segmentos de los gastos de reestructuración es la siguiente (impactos en OIBDA y Resultado Operativo):

Millones de Euros	2018	2019
Telefónica España	297	1.732
Telefónica Reino Unido	—	31
Telefónica Brasil	46	—
Telefónica Alemania	84	22
Telefónica Hispam Norte	18	39
Telefónica Hispam Sur	50	201
Otras compañías	(34)	145
Total gastos por reestructuración	461	2.170

- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** la variación orgánica de Capex excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2019 y 2018.
En 2019, estas adquisiciones ascienden a 1.501 millones de euros, de los que 1.425 millones de euros corresponden a Telefónica Alemania, 38 millones de euros a Telefónica Hispam Norte, 7 millones de euros a Telefónica España y 31 millones de euros a Telefónica Hispam Sur.
En 2018, estas adquisiciones ascienden a 868 millones de euros, de los que 588 millones de euros corresponden a Telefónica Reino Unido, 135 millones de euros a Telefónica Hispam Norte, 122 millones de euros a Telefónica España, 21 millones de euros a Telefónica Hispam Sur y 2 millones de euros a Telefónica Brasil.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** en la variación orgánica se excluye el resultado positivo o negativo obtenido en la venta de compañías.

En 2019 se excluye principalmente el resultado positivo obtenido en la venta de Antares (98 millones de euros), de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá (por un importe total de 365 millones de euros) y de los data centers (213 millones de euros).

En 2018 se excluye el resultado positivo obtenido en la venta de Telefónica Digital Ltd. (21 millones de euros) y el resultado negativo obtenido en la venta de Centro de Asistencia Telefónica, S.A. (3 millones de euros).

- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro de fondos de comercio.

En 2019 se excluye el deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica Argentina, por importe de 206 millones de euros.

En 2018 se excluye el deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica Móviles México, por importe de 350 millones de euros.

- **Decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS:** la variación orgánica excluye el impacto positivo de la decisión del Tribunal Supremo de Brasil de reconocer el derecho a deducir el impuesto estatal de productos y servicios (ICMS) del cálculo de la base del programa de integración social (PIS/COFINS). El impacto positivo en 2018 fue de 789 millones de euros en OIBDA y resultado operativo de Telefónica Brasil, excluido del cálculo de la variación orgánica.
- **Transformación del modelo operacional de Telefónica México:** se excluye en la variación orgánica el impacto derivado de la transformación del modelo operacional de Telefónica México (que supondrá que la infraestructura de transmisión se apague, liberando espectro concesionado) tras el acuerdo alcanzado con AT&T en 2019, lo que ha tenido un impacto negativo en OIBDA y en resultado operativo de 239 y 275 millones de euros, respectivamente.
- **Otros ajustes:** se excluye en la variación orgánica de 2019 el impacto positivo de: (i) la cantidad recibida en 2019 por la venta irrevocable de los derechos de crédito futuros que pudieran surgir como resultado de la resolución favorable de una serie de reclamaciones y litigios de diversa naturaleza que Telefónica tenía interpuestos a la fecha del contrato de venta (103 millones de euros); (ii) el impacto de no amortizar los activos mantenidos para la venta (76 millones de euros en resultado operativo); (iii) el crecimiento reportado de Telefónica Venezolana como consecuencia de la conversión a euros de sus estados financieros tras la publicación por parte del Banco Central de Venezuela en 2019 de los índices de inflación por el período comprendido entre enero de 2016 y diciembre de 2019 (57 millones de euros en ventas, 7 millones de euros en OIBDA y 65 millones de euros en resultado operativo); (iv) el impacto de las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución (23 millones de euros); y (v) el impacto de la

provisión de determinadas contingencias fiscales y laborales en Telefónica Brasil en 2018 (215 millones de euros).

Las variaciones reportadas y orgánicas 2019/2018 (calculadas conforme a los ajustes arriba descritos) de determinadas partidas de las cuentas de resultados consolidadas, CapEx y OIBDA-Capex se muestran a continuación:

TELEFÓNICA 2019	Variación interanual	
	% Var. reportada	% Var.orgánica
Ventas y prestaciones de servicios	(0,6%)	3,2%
Otros ingresos	75,2%	37,3%
Aprovisionamientos	(2,7%)	6,2%
Gastos de personal	27,4%	5,0%
Otros gastos	0,3%	4,8%
OIBDA	(2,9%)	1,9%
Amortizaciones	16,9%	2,0%
Resultado operativo	(30,4%)	1,7%
CapEx	8,2%	4,0%
OIBDA-CapEx	(15,0%)	0,1%

La siguiente tabla muestra las aportaciones al crecimiento reportado de cada uno de los impactos considerados en el cálculo de las variaciones orgánicas explicados anteriormente. La aportación al crecimiento reportado, expresada en puntos porcentuales, es el resultado de dividir el importe de cada impacto (o la diferencia cuando afecta a los dos periodos) entre la cifra consolidada reportada del año anterior en cada epígrafe.

TELEFÓNICA 2019	Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)									
	Efecto tipo de cambio e hiperinflación	Cambio de perímetro	NIIF 16	Venta de empresas	Gastos reestructuración	Decisión judicial PIS/COFINS	Deterioro de fondo de comercio	Adquisición de espectro	Transformación T.México	Otros ajustes
Ventas y prestaciones de servicios	(3,1)	(0,8)	—	—	—	—	—	—	—	0,1
Otros ingresos	(1,4)	(0,7)	(11,7)	40,4	—	—	—	—	5,6	6,4
Aprovisionamientos	(2,1)	(0,7)	(6,1)	—	—	—	—	—	—	0,1
Gastos de personal	(6,2)	(1,1)	(0,1)	—	29,4	—	—	—	0,7	(0,0)
Otros gastos	(3,5)	(0,4)	(5,8)	0,1	(0,1)	5,5	(1,0)	—	1,9	(1,0)
OIBDA	(2,2)	(0,9)	9,7	4,2	(11,8)	(5,1)	0,9	—	(1,5)	1,9
Amortizaciones	(1,1)	(0,7)	18,0	—	—	—	—	—	0,2	(1,4)
Resultado operativo	(3,7)	(1,2)	(1,9)	9,9	(28,3)	(12,1)	2,2	—	(3,8)	6,6
CapEx	(2,7)	(0,7)	(0,0)	—	—	—	—	7,9	—	0,2
OIBDA-CapEx	(1,7)	(1,2)	20,3	8,7	(24,7)	(10,6)	1,9	(8,6)	(3,0)	3,8

1.8.3. Análisis de los resultados

Los ingresos alcanzan 48.422 millones de euros en 2019, decreciendo en términos reportados un 0,6% interanual, impactados muy negativamente por el efecto de los tipos de cambio e hiperinflación (-3.1 p.p.) y cambios en el perímetro de consolidación (-0,8 p.p.). En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 3,2% impulsados por los mayores ingresos del servicio (+2,0%) y en menor medida por la mayor venta de terminales (+13,4%).

La estructura de los ingresos refleja la diversificación de la Compañía. La contribución de los siguientes segmentos a los ingresos del Grupo Telefónica del 2019 aumenta respecto al año 2018: Telefónica España que representa 26,4% (+0,3 p.p. comparado con el año 2018), Telefónica Alemania con un

15,3% (+0,2 p.p. comparado a 2018) y Telefónica Reino Unido que representa un 14,7% (+0,7 p.p. respecto a 2018). Los siguientes segmentos reducen su aportación al Grupo Telefónica: Telefónica Brasil que representa un 20,7% (-0,1 p.p. respecto a 2018), Telefónica Hispam Sur que representó un 13,2% (-0,5 p.p. respecto al 2018) y Telefónica Hispam Norte que representa un 7,8% (-0,5 p.p. respecto al 2018).

- Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron en 2019 a 30.692 millones de euros (de los cuales 25.090 millones de euros fueron de ingresos del servicio móvil y 5.602 millones de euros fueron de ingresos de venta de terminales), lo cual supone un decrecimiento de un 0,3% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se debe principalmente al impacto del tipo de cambio e

hiperinflación de Argentina (-2,8 p.p.). Excluyendo estos impactos, el crecimiento de los ingresos del negocio móvil sería de un 3,6% gracias al crecimiento de ingresos de Telefónica Hispam Sur, Telefónica Brasil, Telefónica Reino Unido y Telefónica Alemania y a pesar de los impactos regulatorios en algunos segmentos del grupo.

- Los **ingresos del servicio móvil** ascendieron en 2019 a 25.090 millones de euros, decreciendo en términos reportados un 2,3% interanual debido principalmente al impacto del tipo de cambio e hiperinflación de Argentina (-2,8 p.p.). Excluyendo estos impactos, los ingresos del servicio móvil incrementaron un 1,7% impulsados por el mayor consumo de datos.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron en 2019 a 16.568 millones de euros, lo cual supone un decrecimiento de 1,0% interanual en términos reportados principalmente debido al impacto del tipo de cambio e hiperinflación de Argentina (-3,5 p.p.). Excluyendo estos impactos, los ingresos del negocio fijo crecen un 2,4% debido a los mayores ingresos fijos en Telefónica Hispam Sur, que más que compensa la caída de los ingresos fijos en Telefónica Brasil.

Otros ingresos: incluye principalmente los trabajos realizados para el inmovilizado y los resultados por enajenación de activos. En el 2019, los otros ingresos ascendieron a 2.842 millones de euros comparado con 1.622 millones registrados en 2018. En el 2019 se recogen plusvalías por venta de sociedades, principalmente Antares, Telefonía Celular de Nicaragua, Telefónica Móviles Guatemala y Telefónica Móviles Panamá, venta de data centers y la venta de derechos de crédito futuros que pudieran surgir como resultado de la resolución favorable de una serie de reclamaciones y litigios en T. España. En términos orgánicos, se incrementan en un 37,3% debido principalmente a la venta de algunos activos como oficinas centrales y torres.

Gastos totales, que incluyen los gastos de aprovisionamientos, de personal y otros gastos (principalmente servicios exteriores y tributos), ascendieron a 36.145 millones de euros a 31 de diciembre de 2019, incrementando un 4,0% en términos reportados respecto al mismo periodo del año 2018. Esta variación está principalmente impactada por los gastos de reestructuración principalmente relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo individual en Telefónica España (+5,3 p.p.) y con la decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS que tuvo un impacto positivo en 2018 (+2,3 p.p.), parcialmente compensado por el efecto NIIF 16 (-4,9 p.p.) y el impacto de tipo cambio e hiperinflación de Argentina (-3,4 p.p.). En términos orgánicos, los gastos totales se incrementarían en un 5,4%. La explicación de los gastos se incluye a continuación:

- Los **aprovisionamientos** se situaron en 13.635 millones de euros en 2019 disminuyendo un 2,7% respecto a 2018 en términos reportados, afectados principalmente por la NIIF 16 (-6,1 p.p.) y por la evolución de los tipos de cambio e

hiperinflación (-2,1 p.p.). En términos orgánicos, los aprovisionamientos se incrementaron un 6,2% interanual por mayores gastos de terminales de gama alta y los mayores gastos de contenidos de televisión y gastos asociados al incremento del negocio de IT en Telefónica España.

- Los **gastos de personal** alcanzaron 8.066 millones de euros en 2019, incrementándose un 27,4% en términos reportados respecto a 2018, impactados principalmente por los gastos de reestructuración relacionados con el primer plan voluntario de suspensión de empleo en Telefónica España (+29,4 p.p.). En términos orgánicos, los gastos de personal aumentarían un 5,0% interanual como resultado principalmente de la actualización de salarios en Argentina (mayor inflación) y mayores gastos en T. Brasil, asociados al proceso de internalización de actividades en IT/sistemas.

La plantilla promedio de 2019 decrece un 3,7% interanual, situándose en 117.347 empleados.

- **Otros gastos** alcanzaron 14.444 millones de euros en 2019 incrementando un 0,3% respecto a 2018 en términos reportados. La variación reportada fue parcialmente atribuida a la decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS en el 2018, con impacto positivo en el 2018 pero no en el 2019 (+5,5 p.p.). Esta evolución fue parcialmente compensada por el efecto de la NIIF 16 (-5,8 p.p.) y por el efecto de los tipos de cambio e hiperinflación en Argentina (-3,5 p.p.). En términos orgánicos, los otros gastos se incrementarían un 4,8% interanual tras registrar mayores gastos de desarrollo de red y sistemas, así como de gestión de clientes.

El OIBDA del 2019 asciende a 15.119 millones de euros, disminuyendo un 2,9% en términos reportados. En términos orgánicos, el crecimiento sería del 1,9%.

A cierre de 2019, las **amortizaciones del inmovilizado** ascienden a 10.582 millones de euros (16,9% interanual en términos reportados) debido fundamentalmente al impacto de la nueva norma NIIF 16 (+18,0 p.p.) y por mayores amortizaciones en Telefónica Brasil, parcialmente compensado por el efecto tipo de cambio e hiperinflación en Argentina (-1,1 puntos porcentuales). En términos orgánicos, las amortizaciones crecen un 2,0%.

El **resultado operativo (OI)** del ejercicio 2019 asciende a 4.537 millones de euros descendiendo un 30,4% en términos reportados impactado principalmente por los gastos por reestructuración por importe de 2.170 millones de euros en el 2019 (-28,3 p.p.), por el efecto negativo de la evolución de los tipos de cambio e hiperinflación (-3,7 p.p.), el impacto por el acuerdo alcanzado entre Telefónica México y AT&T México para la transformación de la Compañía (-3,8 p.p.) y el impacto de la NIIF 16. En términos orgánicos, el resultado operativo crece un 1,7% respecto al año anterior debido a los mayores ingresos y en menor medida debido a los ahorros de la digitalización y simplificación entre otras medidas de control de costes.

El **margen OI** asciende al 9,4% en el 2019, disminuyendo 4,0 p.p. respecto al 2018 en términos reportados.

Las **participaciones en resultados de inversiones puestas en equivalencia** en 2019 alcanzan un resultado positivo de 13 millones de euros (comparado con un resultado positivo de 4 millones de euros en 2018).

Los **gastos financieros netos** de enero-diciembre (1.832 millones de euros) empeoran en 877 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior principalmente por el efecto no recurrente de los intereses asociados a las resoluciones favorables en T.Brasil en 2018 y el impacto de la adopción de la NIIF 16.

El **gasto por impuesto** asciende a 1.054 millones de euros en 2019, lo que supone un menor gasto por 567 millones de euros respecto de 2018, debido principalmente a menores resultados en 2019. El gasto se ve afectado por la reversión de activos por impuestos diferidos en México compensada parcialmente por el efecto de las provisiones por reestructuración.

Resultado de las partidas anteriores, el **resultado del ejercicio atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante** alcanza 1.142 millones de euros (3.331 millones de euros en 2018).

El **resultado del ejercicio atribuido a los intereses minoritarios** alcanza los 522 millones de euros, 97 millones de euros menor que en 2018, fundamentalmente por los menores resultados atribuidos a los minoritarios de Telefónica Brasil, compensado parcialmente por los mayores resultados atribuidos a los minoritarios de Telefónica Centroamérica Inversiones derivados principalmente de la plusvalía por las ventas de Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Panamá.

1.8.4. Resultados por segmentos 2019/2018

TELEFÓNICA ESPAÑA

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica España en los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2018	2019	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	9.361,3	9.024,1	(3,6%)
Accesos de datos e internet ⁽²⁾	6.129,6	6.034,8	(1,5%)
Banda ancha	6.113,5	6.023,4	(1,5%)
FTTH	3.940,6	4.325,0	9,8%
Accesos móviles	18.384,4	18.916,9	2,9%
Prepago	1.440,1	1.137,2	(21,0%)
Contrato	16.944,3	17.779,6	4,9%
M2M	2.333,2	2.620,8	12,3%
TV de Pago	4.091,3	4.073,8	(0,4%)
Accesos Clientes Finales	37.966,5	38.049,5	0,2%
Accesos Mayoristas	3.912,9	3.788,2	(3,2%)
Total Accesos	41.879,4	41.837,7	(0,1%)

⁽¹⁾ Incluye los accesos fixed wireless y de voz sobre IP. Los accesos B2B de telefonía fija de España se regularizaron desde marzo de 2018 para reflejar todas las líneas facturadas incluidas en ciertos productos que hasta el momento no se estaban contabilizando en su totalidad. Las cifras de 2018 incluidas en esta sección han sido revisadas a efectos comparativos (+332,2 miles de accesos a 31 de diciembre de 2018).

⁽²⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante el año 2019 la actividad comercial continúa apalancada en los activos diferenciales de la Compañía, con una estrategia multimarca (Movistar, O2, Tuenti) para atender a los distintos segmentos de clientes. A través de la oferta convergente "Movistar Fusión+" y, dentro de la estrategia de "Más por Más", la Compañía continúa evolucionando dicha oferta adaptándola a la demanda incremental de los clientes, destacando el incremento de los datos incluidos en las líneas móviles de los paquetes de Fusión de mayor valor, así como la inclusión del servicio Multiplus, que permite al usuario ver toda la oferta de Movistar+ en una televisión adicional de la casa (este servicio tiene un precio actual por separado de 8 euros mensuales).

Adicionalmente, durante el año 2019, Telefónica presentó innovaciones en su oferta para evolucionar su relación con los clientes y llegar a nuevos segmentos. Así, en línea con esta iniciativa, en junio de 2019 se lanzó la iniciativa **Movistar Priority**, que ofrece una serie de ventajas y beneficios, como por ejemplo un servicio con atención priorizada y personalizada, llevada a cabo por agentes especializados, así como una experiencia diferencial en tienda; la ayuda de un experto tecnológico a través de un servicio profesional para cualquier duda relacionada con los dispositivos conectados a nuestra red así como experiencias exclusivas (acceso a experiencias exclusivas de fútbol, baloncesto, ciclismo, deportes de invierno, ópera, música, exposiciones, eSports...) y descuentos y novedades en equipamiento Movistar. En junio de 2019 también se lanzó **Internet Segunda Residencia**, una nueva oferta de Banda Ancha Fija destinada a cubrir el acceso a internet en segundas residencias de

clientes de Fusión. De este modo, quienes están en el paquete Fusión Total Plus podrán acceder a internet en su segunda residencia por sólo 15 euros al mes. El precio es de 20 euros mensuales para los clientes Fusión Total y de 30 euros al mes para el resto de los clientes de Fusión.

Adicionalmente, en junio de 2019 se lanzó **Movistar+ Lite**, una nueva oferta OTT abierta a no clientes de Movistar, con un precio de 8 euros mensuales con acceso a los contenidos originales de Movistar+ que se ofrecen en los canales #0 y #Vamos, a los eventos deportivos más relevantes que se ofrecen en estos canales, a Movistar Series y Movistar Seriesmanía, y a un catálogo de 300 series y documentales, 270 películas y 60 programas en servicio bajo demanda con contenidos propios y de terceros.

Por último, se diversifica la oferta con nuevos servicios de financiación al consumo con **Movistar Money**. Este servicio se lanzó para los clientes de Movistar en el mes de abril de 2019, entrando así en el mundo de la financiación para el consumo familiar ofreciendo préstamos de hasta 4.000 euros. Desde mayo se lanzó el servicio **Movistar Car**, un servicio que conecta el coche a la red Wi-Fi para hacerlo más seguro e inteligente y que está disponible para todos los usuarios de telefonía móvil, independientemente de que sean o no clientes Movistar.

Telefónica España gestiona 41,8 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2019 (comparado con 41,9 millones a 31 de diciembre de 2018), con disminución de los accesos fijos (-3,6% interanual) así como de los accesos de prepago

(-21,0% interanual). Sin embargo, se mantiene la buena evolución de los accesos de mayor valor, con crecimiento de los accesos móviles de contrato (+4,9% interanual) y de los accesos de fibra (+9,8% interanual).

La **Oferta Convergente residencial** alcanza un parque de 4,7 millones de clientes con 5,1 millones de líneas móviles adicionales asociadas a dichos clientes a 31 de diciembre de 2019, presentando un crecimiento interanual del 1,0% y 9,7% respectivamente, representando el 88,7% de los clientes de banda ancha fija residencial (+1,1 p.p. interanual) y el 84,1% de los de contrato móvil residencial (+0,2 p.p. interanual). Es importante mencionar que la penetración de servicios de alto valor en la Oferta Convergente continúa aumentando, con un 48,4% de la base de clientes ya disfrutando de fibra ultrarrápida de 600 Mb (+8,9 p.p. interanual) y un 81,6% con TV de pago (+1,2 p.p. interanual). Adicionalmente, el número de líneas móviles por cliente convergente (línea principal más línea adicional que puede ser incluida en la oferta) aumentó un 5,4% a 31 de diciembre de 2019 (lo equivalente a 2,1 líneas móviles de media al 31 de diciembre de 2019 comparado con 2,0 líneas al 31 de diciembre de 2018).

Los **accesos de telefonía fija minorista** disminuyen un 3,6% respecto a 31 de diciembre de 2018, con una pérdida neta de 337 mil accesos en el año 2019.

Los **accesos minoristas de banda ancha fija**, con un parque de 6,0 millones (-1,5% interanual), presentan una pérdida neta de 90 mil accesos en el año 2019.

Los **accesos de fibra** minorista se sitúan en 4,3 millones a 31 de diciembre de 2019 (+9,8% respecto a 31 de diciembre de 2018) y suponen ya el 71,8% de los accesos minorista de banda ancha (+7,3 puntos porcentuales interanual), con una ganancia neta de 384 mil accesos en el año 2019. Por su parte, a 31 de diciembre de 2019, los accesos de fibra ultrarrápida de 600 Mb (con mayor ARPU) ascienden a 2,8 millones de accesos (64,8% de los accesos de fibra). A 31 de diciembre de 2019, la cobertura de fibra hasta el hogar alcanzó a 23,1 millones de unidades inmobiliarias, 1,8 millones más que a 31 de diciembre de 2018, y continúa siendo la más extensa de

Europa. Adicionalmente, los accesos de fibra mayorista ascienden aproximadamente a 2,2 millones a 31 de diciembre de 2019 (+41,6% respecto a 31 de diciembre de 2018) y suponen el 56,9% de los accesos mayoristas (+18,0 puntos porcentuales interanualmente).

La planta total de **accesos móviles** se sitúa en 18,9 millones a 31 de diciembre de 2019, un 2,9% más que a 31 de diciembre de 2018 como resultado del aumento del parque de contrato que más que compensa el menor parque de prepago (-21,0% interanual), reflejando el éxito de la estrategia convergente y el buen comportamiento de la migración de prepago a contrato. El parque de contrato aumenta su ritmo de crecimiento hasta el 4,9% interanual a 31 de diciembre de 2019. La penetración de "smartphones" a 31 de diciembre de 2019 asciende al 81,5% del parque móvil de voz (+1,1 p.p. interanual) y sigue siendo la palanca fundamental del incremento del tráfico de datos (46,0% interanual) por los mayores clientes en portafolios renovados con paquetes de datos superiores.

La cobertura LTE continúa progresando, alcanzando una cobertura aproximada del 98,0% (criterio comparable con la competencia, la suma de los habitantes en ciudades con cobertura LTE) de la población a 31 de diciembre de 2019, aumentando en 0,3 puntos porcentuales comparado con el 31 de diciembre de 2018. Así, los clientes LTE alcanzan los 9,4 millones a 31 de diciembre de 2019, +6,3% respecto a 31 de diciembre de 2018, con una penetración que se sitúa en el 57,7% (+2,6 p.p. interanual).

Los **accesos de televisión de pago** totalizan 4,1 millones a 31 de diciembre de 2019, disminuyendo un 0,4% interanualmente.

Accesos mayoristas totalizan 3,8 millones a 31 de diciembre de 2019, disminuyendo un 3,2% interanualmente debido a la caída del número de accesos mayoristas de cobre, parcialmente compensada por el incremento en los accesos de fibra, cuyo incremento ayudó a mejorar la calidad de nuestra base de accesos de fibra mayorista.

La siguiente tabla muestra los resultados de Telefónica España en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA ESPAÑA	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	12.706	12.767	0,5%	0,5%
Residencial ⁽¹⁾	6.689	6.658	(0,5%)	(0,5%)
Convergente	4.795	4.963	3,5%	3,5%
No Convergente	1.894	1.695	(10,5%)	(10,5%)
Empresas	3.462	3.509	1,4%	1,3%
Comunicaciones	2.602	2.508	(3,6%)	(3,7%)
TI	860	1.002	16,5%	16,5%
Otros ⁽²⁾	2.169	2.227	2,7%	2,8%
Otros ingresos	389	635	63,5%	37,8%
Aprovisionamientos	(3.663)	(4.007)	9,4%	9,4%
Gastos de personal	(2.248)	(3.649)	62,3%	(1,1%)
Otros gastos	(2.421)	(2.059)	(14,9%)	(4,8%)
OIBDA	4.763	3.687	(22,6%)	0,1%
Amortizaciones	(1.650)	(1.988)	20,4%	4,0%
Resultado Operativo (OI)	3.113	1.699	(45,4%)	(1,8%)
CapEx	1.719	1.646	(4,2%)	2,7%
OIBDA-CapEx	3.044	2.041	(33,0%)	(1,2%)

⁽¹⁾ Los ingresos de Residencial también incluyen ingresos del segmento residencial y autónomos.

⁽²⁾ Los otros incluyen ingresos mayoristas, ingresos de filiales y otros ingresos.

⁽³⁾ Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como "orgánicas" o presentadas en "términos orgánicos" intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica España se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2019/2018:

- **Impacto NIIF 16:** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en 2019, que ha tenido un impacto positivo de 248 millones de euros en OIBDA y negativo en el resultado operativo en 28 millones de euros.
- **Cambio de perímetro:** se excluye en 2018 los resultados de Centro de Asistencia Telefónica (vendida en diciembre de 2018) y el impacto del ajuste de las amortizaciones de los data centers.
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de los gastos de reestructuración principalmente relacionado con el Plan de Suspensión Individual, que ascienden a 1.732 millones de euros y 297 millones de euros en 2019 y 2018, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de adquisiciones de espectro en CapEx, que ascendió a 7

millones de euros y 122 millones de euros en 2019 y 2018, respectivamente.

- **Optimización de la red de distribución:** la variación orgánica excluye el impacto de las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución en 2019 por importe de 23 millones de euros.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2019 el resultado obtenido en la venta de los data centers por importe de 27 millones de euros, y en 2018 el resultado negativo obtenido en la venta de Centro de Asistencia Telefónica, S.A. (3 millones de euros).
- **Venta irrevocable de derechos de crédito futuros:** se excluye de 2019 el impacto positivo de la venta irrevocable de los derechos de crédito futuros que pudieran surgir como resultado de la resolución favorable de una serie de reclamaciones y litigios de diversa naturaleza que Telefónica tenía interpuestos a la fecha del contrato de venta, por importe de 103 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2019/2018 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados, y la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.

TELEFÓNICA ESPAÑA 2019	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)						
	% Var. Reportada	% Var. Orgánica	NIIF 16	Cambio Perímetro	Red de Distribución España	Gastos Reestruc- turación	Resultado en venta de empresas	Espectro	Venta Dere- chos de credito
Ventas y prestaciones de servicios	0,5%	0,5%	—	(0,0)	—	—	—	—	—
Otros ingresos	63,5%	37,8%	(7,9)	(0,0)	—	—	7,0	—	26,5
Aprovisionamientos	9,4%	9,4%	0,0	—	—	—	—	—	—
Gastos de personal	62,3%	(1,1%)	—	(0,6)	—	63,8	—	—	—
Otros gastos	(14,9%)	(4,8%)	(11,5)	0,7	0,9	—	(0,1)	—	—
OIBDA	(22,6%)	0,1%	5,2	(0,1)	(0,5)	(30,1)	0,6	—	2,2
Amortizaciones	20,4%	4,0%	16,7	(0,2)	—	—	—	—	—
Resultado Operativo (OI)	(45,4%)	(1,8%)	(0,9)	—	(0,7)	(46,1)	1,0	—	3,3
CapEx	(4,2%)	2,7%	—	0,0	—	—	—	(6,7)	—
OIBDA-CapEx	(33,0%)	(1,2%)	8,1	(0,1)	(0,7)	(47,1)	1,0	3,8	3,4

Análisis de los resultados

En 2019, los **ingresos** de Telefónica España ascendieron a 12.767 millones de euros con un aumento de 0,5% interanual en términos reportados, como resultado principalmente del crecimiento de los ingresos del servicio (+0,6% interanual) y a pesar de los menores ingresos por venta de terminales (-3,4% interanual).

- Los **ingresos de residencial** (6.658 millones de euros en el año 2019) decrecen un 0,5% interanual en términos reportados, por la caída del 10,5% interanual de los ingresos no relacionados con ofertas convergentes (1.695 millones de euros en 2019), que más que compensan el crecimiento del 3,5% interanual en términos reportados, relacionados con productos convergentes (4.963 millones de euros en 2019), impulsados por el crecimiento del ARPU y por el crecimiento del número de clientes.
- Los **ingresos de empresas** (3.509 millones de euros en el año 2019) crecen un 1,4% interanual en términos reportados, por la buena evolución de los ingresos de tecnología de la información (IT) que crecen un 16,5% interanualmente en términos reportados y más que compensan la caída en los ingresos de comunicaciones (-3,6% interanual en términos reportados).
- **Otros ingresos**, que incluyen ingresos mayoristas, ingresos de filiales y otros ingresos (2.227 millones de euros en el año 2019), crecen un 2,7% en términos reportados, impulsados por el crecimiento de los ingresos de TV mayorista.

El OIBDA en 2019 alcanzó 3.687 millones de euros, con un descenso interanual del 22,6% en términos reportados. En términos orgánicos, el OIBDA vuelve al crecimiento con un 0,1% interanual.

Las **amortizaciones** ascendieron a 1.988 millones de euros en 2019, incrementando un 20,4% interanualmente en términos reportados, principalmente debido al efecto de la NIIF 16. En términos orgánicos, las amortizaciones crecen un 4,0% interanualmente explicado principalmente por mayores inversiones en 2019.

El **Resultado Operativo** ascendió a 1.699 millones de euros en 2019, con un descenso interanual del 45,4% en términos reportados, principalmente impactado por la provisión dotada de 1.732 millones de euros en 2019 correspondiente a los compromisos de pago asociados al "Plan Voluntario de Suspensión de Empleo" llevado a cabo por el Grupo en 2019 (-46,1 p.p.), la provisión para reestructuración de la red de distribución (-0,7 p.p.) y el efecto de la NIIF 16 (-0,9 p.p.), parcialmente compensados por la venta irrevocable de los derechos de crédito que pudieran surgir como resultado de la resolución favorable de una serie de reclamaciones y litigios de diversa naturaleza que Telefónica tenía interpuestos a la fecha del contrato de venta (+3,3 p.p.) y la plusvalía por la venta del centro de datos (+1,0 p.p.). En términos orgánicos, el Resultado Operativo presenta un descenso del 1,8% interanual, principalmente por los mayores gastos de aprovisionamientos (9,4% de crecimiento interanual tanto en términos reportados como en términos orgánicos) asociados al crecimiento de los costes de contenidos y la compra de equipos de tecnología de la información (TI), parcialmente compensados por la caída de los gastos de personal (-1,1% de descenso interanual en términos orgánicos) por los ahorros asociados a la salida de empleados adheridos a los planes de suspensión de empleo, y por la caída de los otros gastos (-4,8% de descenso interanual en términos orgánicos) debido principalmente al menor coste comercial.

TELEFÓNICA REINO UNIDO

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Reino Unido de los últimos dos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2018	2019	%Var.
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	306,9	313,3	2,1%
Accesos de datos e internet ⁽²⁾	28,1	28,9	2,5%
Banda ancha	28,1	28,9	2,5%
Accesos móviles	25.044,1	25.803,3	3,0%
Prepago	8.742,6	8.436,1	(3,5%)
Contrato	16.301,4	17.367,2	6,5%
M2M	3.578,0	5.118,7	43,1%
Accesos clientes finales	25.379,1	26.145,5	3,0%
Accesos mayoristas	7.599,2	8.714,7	14,7%
Accesos mayoristas móviles	7.599,2	8.714,7	14,7%
Total accesos	32.978,3	34.860,2	5,7%

⁽¹⁾ Incluye los accesos fixed wireless y de voz sobre IP.

⁽²⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

Durante 2019, a pesar del entorno competitivo, Telefónica Reino Unido se mantuvo como el operador favorito de telecomunicaciones, apoyado en el reconocimiento de la marca O₂, en la fidelidad de los clientes (el operador de menor churn del mercado) y en nuevas e innovadoras propuestas comerciales como los *Custom Plans*, y sus actualizaciones, que proporcionan a los clientes una mayor flexibilidad en la elección permitiéndoles personalizar sus contratos con diferentes opciones de pago (con un único pago inicial o aplazado hasta 36 meses) y la customización del plan de datos. Telefónica Reino Unido ha lanzado su primera oferta de datos móviles ilimitados, con oportunidades de migración a tarifas de mayor valor. Estas propuestas han permitido a la Compañía seguir en la senda del crecimiento en clientes en un entorno competitivo.

La base de **accesos totales** creció un 5,7% a nivel interanual y se situó en los 34,9 millones a finales de diciembre de 2019.

La **ganancia neta móvil** ascendió a 759 mil accesos en 2019, apalancada en los **accesos móviles de contrato** que crecieron un 6,5% a nivel interanual y alcanzaron los 17,4 millones de clientes, incrementando su peso hasta el 67,3% sobre la base total móvil.

Los **accesos móviles de prepago** decrecieron un 3,5% interanual hasta los 8,4 millones de clientes, debido a las bajas de clientes inactivos y a las dinámicas del mercado, incluyendo la migración de prepago a contrato. La penetración de smartphones sobre la base móvil total alcanzó el 87,5%, con un crecimiento de 8,6 puntos porcentuales a nivel interanual. En cuanto a los clientes LTE, estos alcanzan los 15,4 millones con un crecimiento del 14,1% interanual alcanzando un 74,5% de penetración sobre la base móvil.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Reino Unido en los últimos dos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA REINO UNIDO	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	6.790	7.109	4,7%	3,8%
Negocio móvil	6.390	6.600	3,3%	2,4%
Ingresos de servicio móvil	4.837	4.805	(0,7%)	(1,5%)
Otros ingresos	158	186	18,0%	17,0%
Aprovisionamientos	(2.359)	(2.521)	6,9%	8,6%
Gastos de personal	(445)	(503)	12,9%	5,5%
Otros gastos	(2.279)	(2.157)	(5,3%)	0,6%
OIBDA	1.865	2.114	13,4%	2,3%
Amortizaciones	(943)	(1.204)	27,7%	5,1%
Resultado Operativo (OI)	922	910	(1,3%)	(0,4%)
CapEx	1.464	914	(37,6%)	3,4%
OIBDA-CapEx	400	1.200	n.s.	1,4%

n.s.: no significativo.

⁽¹⁾ Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como orgánicas o presentadas en términos orgánicos intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Reino Unido se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2019/2018:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2018 para los dos años.

- **Impacto NIIF 16:** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en 2019, que ha tenido un impacto positivo de 219 millones de euros y 15 millones de euros en OIBDA y en resultado operativo, respectivamente.
- **Gastos de reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2019 y 2018 por importe de 31 millones de euros y 48 miles de euros, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de adquisiciones de espectro del CapEx en 2018, que ascendió a 588 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2019/2018 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y otras variables, y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.

TELEFÓNICA REINO UNIDO 2019	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)			
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Efecto tipo de cambio	NIIF 16	Gastos reestructuración	Adquisición de espectro
Ventas y prestaciones de servicios	4,7%	3,8%	0,9	—	—	—
Otros ingresos	18,0%	17,0%	1,0	—	—	—
Aprovisionamientos	6,9%	8,6%	0,9	(2,6)	—	—
Gastos de personal	12,9%	5,5%	1,0	—	6,4	—
Otros gastos	(5,3%)	0,6%	0,9	(6,9)	0,1	—
OIBDA	13,4%	2,3%	0,9	11,8	(1,6)	—
Amortizaciones	27,7%	5,1%	0,9	21,7	—	—
Resultado Operativo (OI)	(1,3%)	(0,4%)	0,8	1,6	(3,3)	—
CapEx	(37,6%)	3,4%	0,5	—	—	(40,2)
OIBDA-CapEx	n.s.	1,4%	2,1	54,8	(7,6)	n.s.

n.s.: no significativo.

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 7.109 millones de euros en 2019 y aumentaron en términos reportados un 4,7%. Excluyendo el impacto de la apreciación de la libra esterlina (+0,9 p.p.), la evolución interanual sería de un 3,8% como consecuencia de los mayores ingresos por venta de terminales (debido a la venta de smartphones de mayor valor) así como los ingresos asociados a programas de M2M.

- Los **ingresos del servicio móvil** ascendieron a 4.805 millones de euros en 2019 y disminuyeron un 0,7% a pesar del efecto a la apreciación de la libra esterlina (+0,9 p.p.). Excluyendo este impacto, los ingresos del negocio móvil decrecieron un 1,5% debido a los menores ingresos fuera de tarifa plana.

El **ARPU** móvil disminuyó un 4,2% interanual en términos reportados a pesar del efecto de la apreciación de la libra esterlina. En términos orgánicos, el ARPU descendió un 5,0% como consecuencia de la reducción de ingresos fuera de tarifa plana.

TELEFÓNICA REINO UNIDO	2018	2019	%Var.	%Var. ML
ARPU (EUR)	15,1	14,4	(4,2%)	(5,0%)
Prepago	7,1	7,4	4,4%	3,5%
Contrato ⁽¹⁾	24,6	23,7	(3,6%)	(4,4%)
ARPU de datos (EUR)	9,2	9,0	(2,7%)	(3,5%)
% Ingresos no-SMS s/ing datos	66,6%	68,5%	1,9 p.p.	2,0 p.p.

⁽¹⁾ Excluye M2M.

El OIBDA alcanzó los 2.114 millones de euros en 2019, aumentando un 13,4% en términos reportados. En términos orgánicos, el OIBDA creció un 2,3% interanual.

Las **amortizaciones** ascendieron a 1.204 millones de euros en 2019, incrementando un 27,7% interanualmente en términos reportados, impactadas por el efecto de la NIIF 16 (que aporta 21.7 p.p.) y de la apreciación de la libra esterlina (que aporta 0,9 p.p.). En términos orgánicos, las amortizaciones crecen un 5,1% interanualmente.

El resultado operativo alcanzó los 910 millones de euros, decreciendo un 1.3% debido al impacto de la reestructuración (-3,3 p.p.), parcialmente compensado por la apreciación de la libra esterlina (+0,8 p.p.) y al efecto de la NIIF 16 (+1,6 p.p.). En términos orgánicos, el resultado operativo cae un 0,4% debido principalmente a los mayores gastos de amortizaciones, parcialmente compensado por los menores costes comerciales.

TELEFÓNICA ALEMANIA

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Alemania de los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2018	2019	%Var. reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	1.996,0	2.129,5	6,7%
Accesos de datos e internet ⁽²⁾	2.274,7	2.301,7	1,2%
Banda ancha	2.079,8	2.206,6	6,1%
VDSL	1.441,3	1.652,0	14,6%
Accesos móviles	42.818,8	43.826,8	2,4%
Prepago	20.542,9	20.096,2	(2,2%)
Contrato	22.275,9	23.730,6	6,5%
M2M	1.187,9	1.191,8	0,3%
Accesos Clientes Finales	47.089,5	48.258,0	2,5%
Total Accesos	47.089,5	48.258,0	2,5%

⁽¹⁾ Incluye los accesos fixed wireless y de voz sobre IP.

⁽²⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

Telefónica Alemania ha lanzado nuevas iniciativas de valor añadido para continuar con la estrategia de crecimiento de ARPU y reducción de churn (tasa de cancelación), como O₂ TV (a partir del 2 de mayo de 2019), O₂ Cloud (a partir del 8 de abril de 2019) y O₂ VDSL nueva tarifa con mayor velocidad (a partir del 7 de marzo de 2019). El portfolio de O₂ Free sigue impulsando el consumo y el crecimiento del ARPU (media de ingresos por usuario) que se han visto favorecidos también por la mejora de la calidad de la Red de la Compañía. Telefónica Alemania ha anunciado también una significativa mejora de accesos a infraestructuras tras la firma con Vodafone y Tele Columbus de acuerdo mayorista de acceso al cable y fibra a largo plazo. Durante 2019, Telefónica Alemania ha invertido en el despliegue de LTE para avanzar en el cumplimiento de las obligaciones de cobertura de red a final del 2020.

La base de **accesos totales** creció un 2,5% a nivel interanual y se situó en los 48,3 millones a 31 de diciembre 2019, explicado principalmente por el aumento del 2,4% en los clientes móviles (43,8 millones de accesos a 31 de diciembre de 2018).

Los **accesos móviles de contrato** crecieron un 6,5% a nivel interanual y alcanzaron los 23,7 millones de accesos a 31 de diciembre 2019, incrementando el peso hasta el 54,1% sobre la base total móvil. La ganancia neta alcanzó 1,5 millones de accesos gracias a la continua tracción de los clientes de O₂ Free y una fuerte contribución de segundas marcas. La penetración de smartphones sobre la base móvil total alcanzó el 69,7%, con un crecimiento de 3,7 puntos porcentuales a nivel interanual, impulsado por el crecimiento continuo de los clientes LTE (+33,5% a nivel interanual, alcanzando 24,6 millones de clientes a 31 de diciembre 2019). La penetración del LTE sobre la base móvil total alcanzó el 57,7% a 31 de diciembre de 2019.

Los **accesos móviles de prepago** decrecen un 2,2% interanualmente hasta llegar a los 20,1 millones de accesos a 31 de diciembre 2019 debido a la menor demanda, como resultado de la continuación de ciertos impactos regulatorios introducidos en 2017 (principalmente la necesidad de identificación de las tarjetas SIM prepago), aunque mostrando mejora en la tendencia de las bajas en los últimos meses. La ganancia neta del prepago registró una pérdida de 0,4 millones de accesos a 31 de diciembre de 2019.

Los **accesos de banda ancha minorista** se incrementaron en 127 mil accesos a 31 de diciembre de 2019 alcanzando 2,2 millones de base de clientes, como resultado principalmente de la fuerte demanda de VDSL con una ganancia neta de 211 mil accesos en 2019 (+14,6% a nivel interanual).

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Alemania en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA ALEMANIA	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	7.320	7.399	1,1%	1,1%
Negocio móvil	6.539	6.647	1,6%	1,6%
Ingresos de servicio móvil	5.267	5.301	0,6%	0,6%
Negocio fijo	767	741	(3,4%)	(3,4%)
Otros ingresos	177	183	3,6%	3,6%
Aprovisionamientos	(2.459)	(2.372)	(3,5%)	(1,8%)
Gastos de personal	(610)	(592)	(2,9%)	0,0%
Otros gastos	(2.594)	(2.292)	(11,6%)	5,9%
OIBDA	1.834	2.326	26,8%	(1,1%)
Amortizaciones	(2.071)	(2.463)	18,9%	(4,8%)
Resultado operativo (OI)	(237)	(137)	(42,4%)	(52,1%)
CapEx	966	2.469	n.s.	8,1%
OIBDA-CapEx	868	(143)	c.s.	(10,3%)

⁽¹⁾ Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

n.s.: no significativo.

c.s.: cambio de signo.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como orgánicas o presentadas en términos orgánicos intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Alemania, se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2019/2018:

- **Gastos de reestructuración:** se excluyen los gastos de reestructuración asociados con procesos de simplificación en Telefónica Alemania, que ascendieron a 22 millones de euros y 84 millones de euros en 2019 y 2018, respectivamente.
- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** la variación orgánica excluye la adquisición de espectro radioeléctrico del CapEx, que en 2019 asciende a 1.425 millones de euros. Durante 2018 no hubo adquisiciones de espectro.
- **Impacto NIIF 16:** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en 2019, que ha tenido un impacto positivo de 478 millones de euros en OIBDA, impactando sin embargo, negativamente el resultado operativo en 13 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2019/2018 en términos reportados y orgánicos (estos últimos calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada.

TELEFÓNICA ALEMANIA 2019	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)		
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro	NIIF 16
Ventas y prestaciones de servicios	1,1%	1,1%	—	—	—
Otros ingresos	3,6%	3,6%	—	—	—
Aprovisionamientos	(3,5%)	(1,8%)	—	—	(1,7)
Gastos de personal	(2,9%)	0,0%	(2,2)	—	(0,7)
Otros gastos	(11,6%)	5,9%	(0,8)	—	(16,6)
OIBDA	26,8%	(1,1%)	1,9	—	26,1
Amortizaciones	18,9%	(4,8%)	—	—	23,7
Resultado Operativo (OI)	(42,4%)	(52,1%)	(14,4)	—	5,6
CapEx	n.s.	8,1%	—	n.s.	—
OIBDA-CapEx	c.s.	(10,3%)	3,9	c.s.	55,1

c.s.: cambio de signo.
n.s.: no significativo.

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 7.399 millones de euros en 2019, con un crecimiento interanual del 1,1% debido a una fuerte demanda de consumo de terminales así como el buen comportamiento del portafolio O₂ Free.

- Los **ingresos del servicio móvil** se situaron en 5.301 millones de euros en 2019, creciendo un 0,6% interanual apoyados en la buena evolución del segmento residencial (minorista y segundas marcas asociadas) y en la mejora en el ARPU del portafolio O₂ Free. Los ingresos de datos decrecieron un 4,3% y representan el 57,5% de los ingresos del servicio móvil en 2019, con un crecimiento interanual de 2,0 puntos porcentuales.

- Los **ingresos fijos** alcanzaron 741 millones de euros en 2019, disminuyendo un 3,4% a nivel interanual reflejando principalmente el desmantelamiento previsto de la infraestructura antigua.

El **ARPU móvil** se situó en 10,0 euros a 31 de diciembre de 2019 (-0,2% a nivel interanual) mientras que el ARPU de contrato totaliza 14,3 euros (-4,0% interanual) como resultado de un mayor peso de las segundas marcas asociadas sobre la base de clientes. El ARPU de datos fue de 5,9 euros (3,5% interanual).

TELEFÓNICA ALEMANIA	2018	2019	%Var.
ARPU (EUR)	10,0	10,0	(0,2%)
Prepago	5,8	6,0	3,2%
Contrato ⁽¹⁾	14,9	14,3	(4,0%)
ARPU de datos (EUR)	5,7	5,9	3,5%
% Ingresos no-SMS s/ing datos	84,9%	90,3%	5,4 p.p.

⁽¹⁾ Excluye M2M.

El OIBDA alcanzó los 2.326 millones de euros en 2019, incrementando un 26,8% en términos reportados. En términos orgánicos, el OIBDA decrece un 1,1% interanual.

Las **amortizaciones** ascendieron a 2.463 millones de euros en 2019, incrementando un 18,9% interanualmente en términos reportados, debido a la implementación del NIIF 16 (+23,7 p.p.). En términos orgánicos, las amortizaciones caen un 4,8% interanualmente.

El **Resultado Operativo (OI)** se situó en -137 millones de euros en 2019 (-237 millones de euros en el 2018), como consecuencia de mayores ingresos vs 2018 y menores gastos debido al impacto de la NIIF 16. En términos orgánicos, el Resultado Operativo mejoró interanualmente por las menores amortizaciones, a pesar de la menor contribución proveniente de las sinergias, la mayor inversión asociada al programa de transformación digital y la mayor inversión para el posicionamiento de mercado de la marca O₂ en comparación con 2018.

TELEFÓNICA BRASIL

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos en Telefónica Brasil los dos últimos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2018	2019	%Var. reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	13.004,6	10.817,0	(16,8%)
Accesos de datos e internet ⁽²⁾	7.564,7	7.009,2	(7,3%)
Banda ancha	7.485,2	6.938,9	(7,3%)
FTTx/Cable	4.991,1	5.022,8	0,6%
Accesos móviles	73.151,3	74.573,1	1,9%
Prepago	32.754,4	31.408,0	(4,1%)
Contrato	40.396,9	43.165,1	6,9%
M2M	8.203,3	10.089,8	23,0%
TV de Pago	1.566,6	1.319,7	(15,8%)
Accesos clientes finales	95.287,2	93.718,9	(1,6%)
Accesos mayoristas	14,8	13,4	(9,9%)
Total accesos	95.302,0	93.732,3	(1,6%)

⁽¹⁾ Incluye los accesos fixed wireless y de voz sobre IP.

⁽²⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

Telefónica Brasil cierra el año 2019 manteniendo el liderazgo en los segmentos de mayor valor móvil (mayor cuota de mercado en contrato; fuente: ANATEL), lo que ha permitido a la operadora capturar crecimiento consistente de los ingresos en ese mercado. En el negocio fijo se continúa poniendo el foco en el crecimiento en tecnologías estratégicas, como la fibra, lo que igualmente permite capturar clientes de valor en el negocio de Televisión de por Protocolo de Internet (IPTV por sus siglas en inglés) para compensar la caída del negocio fijo tradicional.

Telefónica Brasil alcanzó 93,7 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2019, un 1,6% inferior a diciembre de 2018. Este decrecimiento está impactado por la caída de la base de prepago (afectado por la lenta recuperación macroeconómica y la migración hacia contrato) y de voz fija (migración a móvil incentivada por ofertas de voz ilimitada en todo el mercado). Adicionalmente cabe mencionar la caída de los clientes de menor valor de la Banda Ancha con la discontinuación de la tecnología Direct-to-Home (DTH).

Sin embargo, mejora la base de clientes de alto valor, sostenido en una mayor participación de los clientes de pospago, los Ultra Broadband y los clientes de IPTV.

En el **negocio móvil**, la estrategia sigue enfocada en ganar y mantener clientes de alto valor alcanzando una cuota de mercado de contrato de 39,4% a 31 de diciembre de 2019 (fuente: ANATEL). Telefónica Brasil mantiene el liderazgo en los accesos totales con una cuota de mercado de accesos del 32,9% a 31 de diciembre de 2019 (fuente: ANATEL). El crecimiento de los clientes de contrato (+6,9% interanual) compensa sustancialmente la caída de los clientes prepago en senda de recuperación (-4,1% interanual). Las ofertas se orientan en ampliar las franquicias, incluyendo más datos y

aplicaciones, en ofrecer más Servicios de Valor Añadido (SVA's) frente a la voz, así como en ofrecer planes con roaming internacional a cambio de una subida en el precio de las tarifas siguiendo así una estrategia de más por más.

La oferta a los clientes de valor se enfoca en los Planes Familia que se completan con capacidad de acceso a servicios Over-The-Top (OTT) como, por ejemplo, Netflix o VIVO Música. Todo ello apoyado en fomentar la interacción con el cliente a través del asistente virtual AURA en la aplicación Meu VIVO.

En el **negocio fijo**, la Compañía mantiene su foco estratégico en el despliegue de fibra, alcanzando 21,1 millones de unidades inmobiliarias pasadas con acceso Fiber to the X (FTTx) a 31 de diciembre de 2019. La Compañía está implantando modelos alternativos de despliegue para acelerar la expansión de la fibra con menor intensidad en capex y reducir el "time to market" a través de un acuerdo con American Tower para compartir su infraestructura de red y lanzando un modelo de franquicias bajo la marca Terra. Telefónica Brasil alcanza 2,5 millones de hogares conectados con fibra, creciendo un 30,8%. Este crecimiento no compensa la caída de los otros accesos de banda ancha, como el ADSL, lo que sitúa los accesos minoristas de banda ancha en 6,9 millones de accesos a 31 de diciembre de 2019, decreciendo un 7,3% interanual. Los accesos tradicionales decrecen un 16,8% debido a la sustitución fijo-móvil antes comentada. Los clientes de TV de pago a 31 de diciembre de 2019 alcanzaron 1,3 millones, disminuyendo un 15,8% interanualmente debido a una actividad comercial más selectiva y basada en captación de valor que se refleja en un crecimiento de los accesos de IPTV del 23,4%, representando ya un 54,1% del total de accesos de TV de Pago.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Brasil del año 2019 en comparación con el año 2018:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA BRASIL	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	10.126	10.035	(0,9%)	1,9%
Negocio Móvil	6.372	6.498	2,0%	4,8%
Ingresos de servicio móvil	5.924	5.886	(0,6%)	2,1%
Negocio Fijo	3.754	3.537	(5,8%)	(3,2%)
Otros ingresos	312	427	37,0%	36,0%
Aprovisionamientos	(2.039)	(1.686)	(17,3%)	4,4%
Gastos de personal	(1.080)	(1.028)	(4,9%)	3,1%
Otros gastos	(3.008)	(3.486)	15,9%	1,1%
OIBDA	4.311	4.262	(1,1%)	3,7%
Amortizaciones	(1.990)	(2.516)	26,4%	8,0%
Resultado Operativo (OI)	2.321	1.746	(24,8%)	(1,0%)
CapEx	1.910	2.005	4,9%	7,9%
OIBDA-CapEx	2.401	2.257	(6,0%)	(0,6%)

⁽¹⁾ Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como orgánicas o presentadas en términos orgánicos intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Brasil, se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2019/2018:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio promedio constantes respecto del mismo periodo del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de 2018 para los dos años.
- **Impacto NIIF 16:** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en 2019, que ha tenido un impacto positivo de 431 millones de euros y 4 millones de euros en OIBDA y en resultado operativo, respectivamente.
- **Gastos de reestructuración:** se excluyen los gastos de reestructuración asociados con procesos de simplificación en Telefónica Brasil. En 2018 los costes de reestructuración ascendieron a 46 millones de euros. En el 2019 no ha habido costes asociados.
- **Contingencias:** se excluye el impacto de la provisión de determinadas contingencias en 2018 en Telefónica Brasil por importe de 215 millones de euros.
- **Decisión judicial relacionada con la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS:** la variación orgánica excluye el impacto positivo en 2018 (789 millones de euros en el OIBDA y en el resultado operativo) correspondiente a la decisión del Tribunal Supremo de Brasil sobre la exclusión del ICMS (impuesto indirecto) en el cálculo de la base del impuesto PIS/COFINS.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2019 el resultado obtenido en la venta del data center por importe de 15 millones de euros.
- **Adquisición de espectro radioeléctrico:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico del CapEx (2 millones de euros en 2018). Durante 2019 no hubo adquisiciones de espectro.
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye en 2018 el impacto del ajuste de las amortizaciones del data center vendido en 2019.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2019/2018 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA BRASIL 2019	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)							Decisión judicial PIS/ COFINS
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Efecto tipo de cambio	NIIF 16	Gastos de reestructu- ración	Contin- gencias	Venta de empresas	Adquisición de espectro	Cambio perímetro	
Ventas y prestaciones de servicios	(0,9%)	1,9%	(2,7)	—	—	—	—	—	—	—
Otros ingresos	37,0%	36,0%	(3,8)	—	—	—	4,8	—	—	—
Aprovisionamientos	(17,3%)	4,4%	(2,8)	(18,9)	—	—	—	—	—	—
Gastos de personal	(4,9%)	3,1%	(2,6)	—	(4,3)	(0,9)	—	—	—	—
Otros gastos	15,9%	1,1%	(3,3)	(1,5)	—	(6,9)	—	—	—	26,2
OIBDA	(1,1%)	3,7%	(2,5)	10,0	1,1	5,0	0,3	—	—	(18,3)
Amortizaciones	26,4%	8,0%	(2,9)	21,4	—	—	—	—	(0,1)	—
Resultado Operativo (OI)	(24,8%)	(1,0%)	(2,1)	0,2	2,0	9,3	0,6	—	—	(34,0)
CapEx	4,9%	7,9%	(2,9)	—	—	—	—	(0,1)	—	—
OIBDA-CapEx	(6,0%)	(0,6%)	(2,1)	18,0	1,9	9,0	0,6	0,1	(0,1)	(32,9)

Análisis de los resultados

Los **ingresos** del año 2019 ascendieron a 10.035 millones de euros y decrecen 0,9% en términos reportados afectados principalmente por la depreciación del real brasileño (-2,7 p.p.). En términos orgánicos, la variación interanual positiva de 1,9% se explica principalmente por la buena evolución del negocio móvil (+4,8% interanual), a pesar del impacto regulatorio negativo por la bajada de la tarifa de interconexión. Los ingresos del negocio fijo, también afectados negativamente por el impacto regulatorio, decrecen un 3,2% en términos orgánicos.

- Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron a 6.498 millones de euros en el año 2019, con crecimiento del 2,0% en términos reportados debido principalmente a la buena evolución de los ingresos de terminales (+36,9% interanual), compensando el impacto de la depreciación del real brasileño (-2,8 p.p.). En términos orgánicos, los ingresos del negocio móvil se incrementaron un 4,8%, impulsados por la evolución positiva de la venta de terminales (+40,7% interanual en términos orgánicos). Este crecimiento se debió al impulso de esta línea de negocio y sus accesorios, asociada a los clientes de mayor valor, con foco en smartphones. Los

ingresos del servicio decrecen un 0,6% interanual debido principalmente a la depreciación del real brasileño (-2,8 p.p.). En términos orgánicos, los ingresos del servicio móvil incrementaron un 2,1% interanual gracias al mayor peso de los clientes de contrato y al mayor uso de datos y otros servicios sobre la conectividad que compensan tanto la bajada de tarifas de interconexión, así como la caída de los ingresos de prepago asociada a la caída del parque.

- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 3.537 millones de euros decreciendo un 5,8% en términos reportados debido principalmente al impacto de la depreciación del real brasileño (-2,6 p.p.). En términos orgánicos, los ingresos disminuyen un 3,2% explicado por la caída de los ingresos de voz y acceso, fruto del menor tráfico de voz debido a la sustitución fijo-móvil y por el impacto regulatorio de la bajada de las tarifas de voz minorista fijo-móvil y fijo-fijo. Esta caída neutraliza el crecimiento de los ingresos de banda ancha y nuevos servicios que presentan un aumento del 9,4% interanual orgánico apoyado en el crecimiento de los ingresos de fibra, con un mayor Promedio de Ingresos por Usuario (ARPU por sus siglas en inglés).

El **ARPU** móvil presenta un crecimiento interanual del 0,4% en términos reportados compensándose la depreciación del real brasileño. En términos orgánicos, el ARPU móvil creció un 2,2% interanual apoyado en reajustes de tarifas y en el crecimiento de datos que permite compensar el impacto negativo de la reducción de las tarifas de interconexión.

TELEFÓNICA BRASIL	2018	2019	%Var.	%Var. Moneda Local
ARPU móvil (EUR)	6,4	6,4	0,4%	2,2%
Prepago	2,8	2,9	0,4%	3,2%
Contrato ⁽¹⁾	11,9	11,6	(2,5%)	(1,0%)
ARPU de datos (EUR)	4,9	5,1	4,6%	6,1%
% Ingresos no-SMS s/ing datos	94,2%	95,3%	1,1 p.p.	1,1 p.p.

⁽¹⁾ Excluye M2M.

El OIBDA se sitúa en 4.262 millones de euros en el año 2019, reduciéndose un 1,1% en términos reportados (+3,7% interanual en términos orgánicos).

Las **amortizaciones** ascendieron a 2.516 millones de euros en 2019, incrementando un 26,4% interanualmente en términos reportados, impactadas por el efecto de la NIIF 16 (aporta 21,4 p.p.) y por el impacto de la depreciación del real brasileño (-2,9 p.p.). En términos orgánicos, las amortizaciones crecen un 8,0% interanualmente por las mayores inversiones en Telefónica Brasil.

El **Resultado Operativo** se situó en 1.746 millones de euros en el año 2019, reduciéndose un 24,8% en términos reportados. Esta variación se debió principalmente a la exclusión del ICMS de la base del impuesto PIS/COFINS, que tuvo un impacto positivo en el 2018 pero no en el 2019 (-34,0 p.p.). La depreciación del real brasileño y el impacto de la NIIF 16 impactaron -2,1 p.p. y +0,2 p.p. al crecimiento interanual respectivamente.

En términos orgánicos, el Resultado Operativo descendió un 1,0% debido al incremento de amortizaciones, mayor costes de personal y aprovisionamientos que compensan la mejora en los ingresos de contrato, fibra e IPTV, la eficiencia en costes y los ahorros por la digitalización, destacando principalmente:

Los gastos de aprovisionamientos alcanzaron 1.686 millones de euros en el año 2019, decreciendo un 17,3% en términos reportados, principalmente por el impacto de la NIIF 16 (-18,9 p.p.) y por el impacto de la depreciación del real brasileño (-2,8 p.p.). En términos orgánicos, los aprovisionamientos se incrementarían un 4,4% debido a las mayores compras de terminales asociadas a los mayores ingresos de venta de terminales que compensan el impacto positivo de la reducción de las tarifas de interconexión y el menor gasto de contenidos de TV.

Los gastos de personal alcanzaron 1.028 millones de euros en el año 2019, decreciendo 4,9% en términos reportados, principalmente por los gastos de reestructuración (-4,3 p.p.), el impacto de la depreciación del real brasileño (-2,6 p.p.) y contingencias (-0,9 p.p.). En términos orgánicos, los gastos de personal crecen un 3,1% interanual, debido al proceso de internalización de actividades en IT/sistemas vinculados a proyectos de inversión estratégicos y de transformación.

TELEFÓNICA HISPAM NORTE

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Hispam Norte de los últimos dos años a 31 de diciembre:

ACCESOS				
Miles de accesos	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	3.169,8	2.538,6	(19,9%)	(11,6%)
Accesos de datos e internet ⁽²⁾	1.337,1	1.292,4	(3,3%)	(2,9%)
Banda ancha	1.305,6	1.264,5	(3,1%)	(3,1%)
FTTx/Cable	303,7	329,2	8,4%	8,4%
Accesos móviles	68.041,1	59.572,5	(12,4%)	(0,6%)
Prepago	58.010,4	49.895,3	(14,0%)	(1,3%)
Contrato	10.030,7	9.677,2	(3,5%)	3,5%
M2M	1.922,8	1.874,2	(2,5%)	0,5%
TV de Pago	1.007,6	862,2	(14,4%)	(13,2%)
Accesos Clientes Finales	73.555,6	64.265,7	(12,6%)	(1,3%)
Total Accesos	73.556,1	64.266,2	(12,6%)	(1,3%)

Notas:

- Se excluyen los accesos de Telefónica Móviles Guatemala (2,8 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018) desde el 1 de enero de 2019, de Telefonía Celular de Nicaragua (4,0 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018) desde el 1 de mayo de 2019 y de Telefónica Móviles Panamá (1,6 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018) desde el 1 de septiembre de 2019. Las tablas incluyen accesos de Telefónica Costa Rica (2,2 millones y 2,2 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018 y 2019 respectivamente) y Telefónica El Salvador (2,1 millones y 2,1 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018 y 2019 respectivamente). Las ventas de Telefónica Costa Rica y Telefónica El Salvador están pendientes a la fecha de este Informe Anual.

⁽¹⁾ Incluye los accesos fixed wireless y de voz sobre IP.

⁽²⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

La siguiente tabla muestra las variaciones orgánicas y reportadas de 2019/2018 y las aportaciones al crecimiento reportado de Telefónica Móviles Panamá (que se vendió el 29 de agosto de 2019), Telefonía Celular de Nicaragua (que se vendió el 16 de mayo de 2019) y Telefónica Móviles Guatemala (que se vendió el 24 de enero de 2019), cuyos impactos se han excluido para calcular las variaciones orgánicas.

Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)					
	%Variación	%Var. orgánica	T. Guatemala	T. Nicaragua	T. Panamá
Accesos de telefonía fija	(19,9%)	(11,6%)	(6,8)	(1,9)	(0,7)
Accesos de datos e internet	(3,3%)	(2,9%)	(0,3)	(0,1)	(0,1)
Banda ancha	(3,1%)	(3,1%)	0,0	0,0	0,0
FTTx/Cable	8,4%	8,4%	0,0	0,0	0,0
Accesos móviles	(12,4%)	(0,6%)	(3,8)	(5,8)	(2,4)
Prepago	(14,0%)	(1,3%)	(4,1)	(6,3)	(2,5)
Contrato	(3,5%)	3,5%	(1,8)	(3,1)	(1,8)
M2M	(2,5%)	0,5%	(0,5)	(0,8)	(1,7)
TV de Pago	(14,4%)	(13,2%)	(0,5)	(0,9)	0,0
Accesos Clientes Finales	(12,6%)	(1,3%)	(3,8)	(5,5)	(2,2)
Total Accesos	(12,6%)	(1,3%)	(3,8)	(5,5)	(2,2)

Los **accesos totales** de Telefónica Hispam Norte alcanzaron 64,3 millones al 31 de diciembre de 2019 (-12,6% interanual

en términos reportados; -1,3% en términos orgánicos). Las ventas de Telefónica Costa Rica (2,2 millones y 2,2 millones de

accesos al 31 de diciembre de 2018 y 2019 respectivamente) y Telefónica El Salvador (2,1 millones y 2,1 millones de accesos al 31 de diciembre de 2018 y 2019 respectivamente) están pendientes a la fecha de este Informe Anual.

Los **accesos móviles** totalizan 59,6 millones de clientes y caen un 12,4% interanual afectado por la venta de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá que restan 3,8 p.p., 5,8 p.p. y 2,4 p.p. a la variación interanual respectivamente. En términos orgánicos los accesos caen un 0,6% asociado principalmente a los menores clientes prepago.

- Los accesos de **contrato** caen un 3,5% interanual en términos reportados afectados por la venta de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá que restan 1,8 p.p., 3,1 p.p. y 1,8 p.p. a la variación interanual respectivamente. En términos orgánicos, los accesos crecen un 3,5% debido a los buenos resultados en Costa Rica (+33,2%); Colombia (+6,3%) y México (+4,0%) del enfoque en atraer clientes de alto valor.
- Los accesos de **prepago** disminuyeron un 14,0% interanual afectado por la venta de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá que restan 4,1 p.p., 6,3 p.p. y 2,5 p.p. a la variación interanual respectivamente. En términos orgánicos caen un 1,3% interanual, con una pérdida neta de 654 mil accesos en 2019, principalmente por la limpieza de parque de clientes inactivos en México (-0,3 millones de accesos), parcialmente compensado por Colombia (+122 mil de accesos).
- La base de **smartphones** decreció un 3,1% interanual a 31 de diciembre de 2019 afectado por la venta de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá. Excluyendo este impacto la base de smartphones crecería un 10,2%, alcanzando los 31,0 millones de accesos (-1,0 millones comparado con diciembre de 2018; +2,9 millones de accesos en términos comparables). La penetración de los smartphones sobre accesos móviles del 53,9% (+5,2 p.p. interanual; +5,1 p.p. en términos orgánicos), con incrementos en todas las regiones en el segmento: Colombia (+10,0% interanual en términos orgánicos), México (+10,5% en términos orgánicos), Venezuela (+9,1% en términos orgánicos), Ecuador (+5,1% en términos orgánicos) y Centroamérica (+14,4% interanual en términos orgánicos). Al mismo tiempo, los accesos con terminales 4G aumentan un 20,2%, alcanzando 23,4 millones de accesos al 31 de diciembre de 2019.

Los accesos del **negocio fijo tradicional** se sitúan en 2,5 millones en el 2019 (-19,9% interanual en términos reportados; -11,6% en términos orgánicos) con una pérdida neta de 631 mil de accesos, asociada a la erosión del negocio fijo tradicional. El impacto de la venta de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá en los accesos del negocio fijo tradicional fue

limitada, ya que estas operaciones son principalmente operadoras móviles.

- Los accesos de **banda ancha** alcanzan los 1,3 millones en el 2019 (-3,1% interanual). La penetración de accesos de banda ancha fija sobre accesos del negocio tradicional se sitúa en el 49,8% (+8,6 p.p. interanuales; +4,4 p.p. en términos orgánicos), con foco en el despliegue de Ultra Broadband (UBB) en la región alcanzando los 1,7 millones de unidades inmobiliarias y 0,3 millones de accesos conectados (+8,4% interanual). La penetración de los accesos UBB sobre accesos de banda ancha fija se sitúa en el 26% (+2,8 p.p. interanual).

Los accesos de **TV de pago** se sitúan en 0,9 millones a 31 de diciembre de 2019, disminuyendo un 14,4% (-13,2% en términos orgánicos) como resultado de la pérdida neta en 2019: Venezuela (-121 mil accesos) y Colombia (-20 mil accesos, impactado negativamente por el menor número de accesos con tecnología Direct-To-Home (DTH)).

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Hispam Norte en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA HISPAM NORTE	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	4.075	3.795	(6,9%)	(0,8%)
Negocio Móvil	3.343	3.085	(7,7%)	(1,2%)
Ingresos de servicio móvil	2.744	2.488	(9,3%)	(2,2%)
Negocio Fijo	732	706	(3,5%)	0,4%
Otros ingresos	229	436	90,4%	119,1%
Aprovisionamientos	(1.349)	(1.229)	(8,9%)	10,4%
Gastos de personal	(352)	(405)	14,9%	2,0%
Otros gastos	(1.810)	(1.767)	(2,4%)	9,2%
OIBDA	793	830	4,7%	(3,1%)
Amortizaciones	(967)	(981)	1,4%	(1,0%)
Resultado Operativo (OI)	(174)	(151)	(13,5%)	(17,9%)
CapEx	668	580	(13,3%)	11,6%
OIBDA-CapEx	125	251	100,5%	(15,5%)

⁽¹⁾ Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como orgánicas o presentadas en términos orgánicos intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Hispam Norte se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2019/2018:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2018 para los dos periodos, excepto para Venezuela (resultados de 2018 y 2019 convertidos al tipo de cambio sintético al cierre de cada año).
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto en OIBDA y en resultado operativo de gastos de reestructuración en 2019 y 2018 por importe de 39 millones de euros y 18 millones de euros, respectivamente.
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye en 2018 los resultados de Telefónica Móviles Guatemala, Telefonía Celular de Nicaragua y Telefónica Móviles Panamá, y el impacto del ajuste de las amortizaciones del data center vendido en 2019.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico del CapEx en 2019 y 2018, por importe de 38 millones de euros (principalmente en México y El Salvador) y 135 millones de euros (principalmente en México), respectivamente.
- **Impacto NIIF 16:** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en 2019, que ha tenido un impacto positivo de 94 millones de euros en OIBDA y negativo en el resultado operativo en 92 millones de euros.
- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro del fondo de comercio. En 2018 se excluye el deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica Móviles México, por importe de 350 millones de euros. En 2019 no se han registrado deterioros del fondo de comercio en este segmento.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2019 el resultado obtenido en la venta de data centers por importe de 17 millones de euros.
- **Transformación del modelo operacional de Telefónica México:** se excluye en la variación orgánica el impacto derivado de la transformación del modelo operacional de Telefónica México (que supondrá que la infraestructura de transmisión se apague, liberando espectro concesionado) tras el acuerdo alcanzado con AT&T en 2019, lo que ha tenido un impacto negativo en OIBDA y en resultado operativo de 239 millones de euros y 275 millones de euros, respectivamente.
- **Amortizaciones Centroamerica:** se excluye el impacto positivo de no amortizar los activos mantenidos para la venta (76 millones de euros en resultado operativo)
- **Actualización de los índices de inflación por el BCV:** se excluye el crecimiento reportado de Telefónica

Venezolana, como consecuencia de la conversión a euros de sus estados financieros tras la publicación por parte del Banco Central de Venezuela de los índices de inflación por el periodo comprendido entre enero de 2016 y diciembre de 2019 (61 millones en ventas, 7 millones de euros en OIBDA y 65 millones de euros en resultado operativo).

La siguiente tabla muestra las variaciones 2019/2018 en términos reportados y orgánicos (estos últimos, calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA HISPAM NORTE 2019	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)									
	% Variación reportada	% Variación orgánica	Efecto tipo de cambio	Gastos reestruc- turación	Cambio de perímetro	Adquisición de espectro	NIIF 16	Deterioro de fondo de comercio	Resultado venta de empresas	Transfor- mación México	Amortiza- ciones CAM	Índice BCV
Ventas y prestaciones de servicios	(6,9%)	(0,8%)	0,9	—	(8,6)	—	—	—	—	—	—	1,5
Otros ingresos	90,4%	119,1%	1,7	—	(5,6)	—	(64,9)	—	7,1	39,6	—	0,1
Aprovisionamientos	(8,9%)	10,4%	1,4	—	(9,0)	—	(11,7)	—	—	—	—	0,9
Gastos de personal	14,9%	2,0%	1,8	6,1	(8,8)	—	—	—	—	11,9	—	2,2
Otros gastos	(2,4%)	9,2%	2,4	—	(4,7)	—	(4,7)	(19,4)	—	15,2	—	1,9
OIBDA	4,7%	(3,1%)	(3,2)	(2,7)	(15,9)	—	11,9	44,2	2,1	(28,6)	—	0,9
Amortizaciones	1,4%	(1,0%)	0,5	—	(6,3)	—	19,3	—	—	2,3	(7,5)	(6,0)
Resultado Operativo (OI)	(13,5%)	(17,9%)	17,5	12,4	37,3	—	52,8	n.s.	(9,3)	n.s.	(41,7)	(37,4)
CapEx	(13,3%)	11,6%	(0,6)	—	(8,8)	(14,8)	—	—	—	—	—	2,7
OIBDA-CapEx	100,5%	(15,5%)	(17,4)	(17,3)	(53,9)	79,3	75,6	n.s.	13,0	n.s.	—	(8,4)

n.s.: no significativo.

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 3.795 millones de euros en 2019 decreciendo un 6,9% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve impactado principalmente por el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación, que resta 8,6 puntos porcentuales. Sin embargo, este decrecimiento se ha visto compensado parcialmente por el impacto derivado de la actualización de los índices de inflación en Venezuela que suma 1,5 puntos porcentuales y el efecto del tipo de cambio que suma 0,9 puntos porcentuales. En términos orgánicos, los ingresos decrecerían un 0,8%, debido al descenso de los ingresos de acceso y voz y compensados parcialmente por el incremento de la venta de terminales, además de los ingresos de banda ancha, los nuevos servicios y los ingresos de televisión.

- Los **ingresos de servicio móvil** ascendieron a 2.488 millones de euros en 2019, decreciendo un 9,3% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve impactado principalmente por el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación, que resta 11,0 puntos porcentuales, compensado parcialmente por el impacto derivado de la actualización de los índices de inflación en Venezuela, que suma 2,0 puntos porcentuales, y por el tipo de cambio, que aporta 1,6 puntos porcentuales a la variación interanual. En términos orgánicos, los ingresos decrecerían un 2,2% interanual. El comportamiento de los ingresos del servicio móvil por país fue el siguiente:
 - En Colombia, los ingresos del servicio móvil ascienden a 730 millones de euros en 2019, decreciendo un 3,9% en términos reportados, afectados principalmente por el tipo de cambio que resta 5,1 puntos porcentuales.

Excluyendo este impacto, los ingresos crecieron un 1,2% gracias a la buena evolución de postpago B2C (*business to consumer*), servicios TI (Tecnología de la Información) móvil y roaming nacional que más que compensan la erosión del Promedio de Ingresos por Usuario (ARPU por sus siglas en inglés) en prepago y en postpago B2B (*business to business*).

- En México, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 918 millones de euros en 2019, creciendo un 3,3% interanual en términos reportados. Este crecimiento se ve favorecido principalmente por el tipo de cambio que aporta 5,2 puntos porcentuales al crecimiento. Excluyendo este impacto, los ingresos decrecen un 1,9%, por menor negocio mayorista asociado al servicio de roaming nacional compensado parcialmente por el mejor comportamiento de los ingresos de contrato móvil.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 706 millones de euros en 2019, decreciendo un 3,5% interanual en términos reportados, debido al efecto del tipo de cambio que resta 2,7 puntos porcentuales a la variación interanual y al efecto de los cambios en el perímetro de consolidación, que reduce el crecimiento en 1,9 puntos porcentuales. Este decrecimiento fue parcialmente compensado por el impacto derivado de la actualización de los índices de inflación en Venezuela que suma 0,7 puntos porcentuales a la variación interanual. Aislado estos efectos, los ingresos crecerían un 0,4%, impulsados por el crecimiento de los ingresos de banda ancha y nuevos servicios y los ingresos de televisión, que más que compensan el descenso de los ingresos de acceso y voz de Colombia.

El OIBDA se situó en 830 millones de euros en 2019, creciendo un 4,7% en términos reportados (-3,1% en términos orgánicos debido a los impactos de la tabla).

Las **amortizaciones** se situaron en 981 millones de euros en el 2019, creciendo un 1,4% en términos reportados (-1,0% en términos orgánicos).

El **Resultado Operativo** se situó en -151 millones de euros en 2019 (-174 millones de euros en 2018). Esta mejora se debe al deterioro del fondo de comercio de Telefónica México registrado en 2018. Por otro lado, el Resultado Operativo está afectado negativamente por el acuerdo alcanzado con AT&T en Telefónica México en relación a la transformación del modelo operacional en la operadora. En términos orgánicos, el Resultado Operativo decrece un 17,9%, muy afectado por el pago del canon de espectro en Telefónica México, mayores gastos de terminales, red y sistemas y menores ingresos, a pesar de la leve mejora de las amortizaciones en el periodo. Este incremento de gastos se explica por:

- mayores gastos de aprovisionamientos debido a los mayores gastos de interconexión en todas las operaciones salvo Telefónica Ecuador, unido a los mayores costes de terminales asociado principalmente a la fidelización de clientes en Telefónica México y Telefónica Colombia, parcialmente compensado por la disminución de la misma en Telefónica Ecuador;
- mayores gastos de personal en todas los países del segmento salvo en Telefónica México; y
- mayores gastos de red en todas las operaciones, especialmente en Telefónica Colombia, por la ampliación de las redes fijas y móviles que compensan los ahorros mostrados en Ecuador.

A continuación, información adicional por país:

- Colombia: El Resultado Operativo se situó en 172 millones de euros en 2019, creciendo un 0,6% en términos reportados principalmente por la buena evolución de los ingresos de terminales y la plusvalía por la venta de torres, fuertemente compensado por el efecto de la NIIF 16 que resta 47,1 puntos porcentuales a la variación interanual y por la evolución del tipo de cambio (que resta 7,8 puntos porcentuales a la variación interanual).
- México: El Resultado Operativo se situó en -613 millones de euros en 2019 (-133 millones de euros en el 2018), impactado fundamentalmente por la transformación del modelo operacional tras el acuerdo alcanzado con ATT, mayor gasto por canon de espectro y mayores amortizaciones.

TELEFÓNICA HISPAM SUR

La siguiente tabla muestra la evolución de los accesos de Telefónica Hispam Sur de los últimos dos años a 31 de diciembre:

ACCESOS			
Miles de accesos	2018	2019	%Var.
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	7.435,2	6.462,9	(13,1%)
Accesos de datos e internet ⁽²⁾	4.669,7	4.428,5	(5,2%)
Banda ancha	4.549,5	4.303,4	(5,4%)
FTTx/Cable	2.490,8	2.920,4	17,2%
Accesos móviles	42.575,1	37.758,5	(11,3%)
Prepago	25.571,6	20.818,9	(18,6%)
Contrato	17.003,5	16.939,7	(0,4%)
M2M	1.457,7	1.793,3	23,0%
TV de Pago	2.209,9	2.181,4	(1,3%)
Accesos Clientes Finales	56.889,9	50.831,3	(10,6%)
Total Accesos	56.913,1	50.852,1	(10,6%)

⁽¹⁾ Incluye los accesos *fixed wireless* y de voz sobre IP.

⁽²⁾ También denominado accesos de banda ancha fija.

Los **accesos totales** de Telefónica Hispam Sur alcanzan 50,9 millones a 31 de diciembre de 2019 (-10,6% interanual).

Los **accesos móviles** totalizan 37,8 millones de clientes a 31 de diciembre de 2019 cayendo un 11,3% interanualmente, principalmente por una menor base de clientes prepago.

- Los accesos de **contrato** descendieron un 0,4% interanualmente, explicado principalmente por menor desempeño de Telefónica Argentina (-2,3%) que es compensado parcialmente por Telefónica Chile (+2,8%), Telefónica Uruguay (+1,3%) y en menor medida por Telefónica Perú (+0,1%), +5,7% interanual excluyendo la limpieza de parque de clientes inactivos en 2019.
- Los accesos de **prepago** descendieron un 18,6% interanualmente con una pérdida neta de 4,8 millones de accesos en el año, con caídas en todas los países del segmento: Telefónica Argentina (-1,9 millones de accesos), Telefónica Perú (-1,8 millones de accesos), Telefónica Chile (-1,0 millones de accesos) y en menor medida Telefónica Uruguay (-14,5 mil accesos). Esta evolución se debe principalmente a la intensa competitividad del mercado por la tendencia general de migraciones de clientes de prepago hacia contrato y el foco continuado del Grupo en atraer clientes de alto valor.
- La base de **smartphones** descendió un 2,4% interanualmente a 31 de diciembre de 2019, alcanzando 20,9 millones de accesos, impactado parcialmente por la desconexión de clientes inactivos en los primeros meses de 2019. La penetración de los smartphones ascendió a un

58,7% en el año 2019 (+6,1 p.p. interanual), creciendo en todas las operaciones del segmento, destacando Telefónica Argentina (+8,0 p.p. interanual). Adicionalmente, los terminales 4G crecieron un 2,9% hasta alcanzar los 16,4 millones para diciembre 2019.

Los accesos del **negocio fijo tradicional** alcanzaron 6,5 millones a 31 de diciembre de 2019 (-13,1% interanual) con pérdida neta de 1,0 millones de accesos, motivado por la erosión del negocio tradicional fijo.

Los accesos de **banda ancha** alcanzan los 4,3 millones a 31 de diciembre de 2019 (-5,4% interanual), principalmente por Telefónica Argentina (-11,5% interanual) y Telefónica Chile (-7,9% interanual) compensado parcialmente por el crecimiento de Telefónica Perú (+0,8% interanual), debido principalmente a que los operadores están enfocados en clientes de fibra (alto valor), en detrimento del negocio de cobre. La penetración de banda ancha sobre los accesos fijos tradicionales alcanza el 67% (+5,4 p.p. interanual) enfocado en el despliegue de Ultra Broadband (UBB) en la región, alcanzando 9,8 millones de unidades inmobiliarias y 2,9 millones de accesos conectados (+17% interanualmente). La penetración de accesos de UBB sobre accesos de banda ancha alcanza el 68% (+13 p.p. interanual).

Los accesos de **televisión** alcanzan 2,2 millones (-1,3% interanual) registrando una pérdida neta de 29 mil accesos principalmente debido a la mayor caída del Direct-To Home (DTH) que no es compensada por el crecimiento del IPTV/Cable.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Hispam Sur en los dos últimos años:

Millones de Euros				
TELEFÓNICA HISPAM SUR	2018	2019	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	6.677	6.384	(4,4%)	15,3%
Negocio Móvil	3.965	3.674	(7,3%)	13,7%
Ingresos de servicio móvil	3.115	2.796	(10,2%)	11,4%
Negocio Fijo	2.712	2.707	(0,2%)	17,2%
Otros ingresos	148	225	51,9%	69,4%
Aprovisionamientos	(2.051)	(1.804)	(12,0%)	11,2%
Gastos de personal	(943)	(1.057)	12,1%	24,7%
Otros gastos	(2.112)	(2.350)	11,3%	21,0%
OIBDA	1.719	1.398	(18,7%)	12,6%
Amortizaciones	(1.167)	(1.279)	9,6%	2,0%
Resultado Operativo (OI)	552	119	(78,5%)	24,5%
CapEx	1.116	965	(13,6%)	0,2%
OIBDA-CapEx	603	433	(28,1%)	32,0%

⁽¹⁾ Ver ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas.

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones porcentuales interanuales referidas en este documento como orgánicas o presentadas en términos orgánicos intentan presentar las variaciones en una base comparable.

Con respecto a Telefónica Hispam Sur, se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2019/2018:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio e hiperinflación en Argentina:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2018 para los dos periodos. Asimismo, se excluye el impacto del ajuste por hiperinflación en Argentina en 2019 y 2018.
- **Gastos por reestructuración:** se excluye el impacto de gastos de reestructuración en 2019 y 2018 por importe de 201 y 50 millones de euros en OIBDA y resultado operativo, respectivamente.
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2019 el resultado obtenido en

la venta de los data centers por importe de 29 millones de euros.

- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2019 y 2018 por importe de 31 millones de euros (en Uruguay y Argentina) y 21 millones de euros (en Argentina), respectivamente.
- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye en 2018 el impacto del ajuste de las amortizaciones de los data center vendidos en 2019.
- **Deterioro de fondos de comercio:** en la variación orgánica se excluye el resultado negativo procedente del deterioro del fondo de comercio. En 2019 se excluye el deterioro del fondo de comercio asignado a Telefónica Argentina, por importe de 206 millones de euros. En 2018 no se registraron deterioros del fondo de comercio en este segmento.
- **Impacto NIIF 16:** la variación orgánica excluye el efecto de la adopción de la NIIF 16 en 2019, que ha tenido un impacto positivo de 123 millones de euros en OIBDA y negativo en el resultado operativo en 34 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2019/2018 en términos reportados y orgánicos (estos últimos calculados de acuerdo a los ajustes mencionados anteriormente) de algunas partidas de la cuenta de resultados y de la contribución de cada efecto comentado a nuestra variación reportada:

TELEFÓNICA HISPAM SUR 2019	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)						
	% Variación reportada	% Variación orgánica	Efecto tipo de cambio e hiperinflación	Gastos reestructuración	Venta de empresas	Adquisición de espectro	Cambio de perímetro	Deterioro de fondo de comercio	NIIF 16
Ventas y prestaciones de servicios	(4,4%)	15,3%	(20,4)	—	—	—	—	—	—
Otros ingresos	51,9%	69,4%	(15,5)	—	29,4	—	—	—	(34,1)
Aprovisionamientos	(12,0%)	11,2%	(15,5)	—	—	—	—	—	(7,8)
Gastos de personal	12,1%	24,7%	(40,0)	27,1	—	—	—	—	—
Otros gastos	11,3%	21,0%	(20,4)	—	0,5	—	0,1	9,8	(0,6)
OIBDA	(18,7%)	12,6%	(14,9)	(14,9)	1,9	—	(0,1)	(12,0)	7,2
Amortizaciones	9,6%	2,0%	(5,5)	—	—	—	—	—	13,5
Resultado Operativo (OI)	(78,5%)	24,5%	(34,7)	(46,3)	6,0	—	—	(37,3)	(6,1)
CapEx	(13,6%)	0,2%	(15,3)	—	—	1,5	—	—	—
OIBDA-CapEx	(28,1%)	32,0%	(14,2)	(42,4)	5,5	(2,8)	(0,2)	(34,2)	20,5

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 6.384 millones de euros en 2019 decreciendo un 4,4% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado principalmente por los tipos de cambio e hiperinflación en Argentina que restan 20,4 puntos porcentuales a la variación interanual. En términos orgánicos, los ingresos crecerían un 15,3% interanual debido al buen comportamiento de los ingresos móviles y fijos, a la adecuación de las tarifas en Argentina y al incremento de la venta de terminales, a pesar de las bajadas de tarifas de interconexión y la difícil situación social en países como Chile.

- Los **ingresos de servicio móvil** ascendieron a 2.796 millones de euros en 2019, decreciendo un 10,2% interanual en términos reportados. Este decrecimiento se ve afectado negativamente por el efecto de los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina que restan 22,3 puntos porcentuales a la variación interanual. Excluyendo este impacto, los ingresos crecerían un 11,4%. El comportamiento de los ingresos del servicio móvil por país fue el siguiente:

- En Argentina, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 1.122 millones de euros en 2019, decreciendo un 11,7% interanual en términos reportados. Este crecimiento se ve afectado principalmente por el tipo de cambio y la hiperinflación que restan 48,0 puntos porcentuales al crecimiento interanual. Excluyendo estos efectos, los ingresos crecieron un 36,3% debido a la adecuación de tarifas en todos los negocios y apoyado por el crecimiento en la venta de terminales.
- En Chile, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 792 millones de euros en 2019 y decrecieron un 12,4%

interanual en términos reportados, afectados por el efecto tipo de cambio que resta 3,3 puntos. Excluyendo este efecto, los ingresos decrecieron un 9,1% afectados por la alta agresividad comercial del mercado, por la regulación y la difícil situación social, y solo compensados parcialmente por los mayores ingresos de banda ancha y nuevos servicios.

- En Perú, los ingresos del servicio móvil ascendieron a 693 millones de euros en 2019, y decrecieron un 7,3% interanual en términos reportados a pesar del efecto del tipo de cambio que aporta 3,4 puntos porcentuales. Excluyendo este efecto, los ingresos decrecen un 10,7% afectados por la alta agresividad competitiva en el mercado que presiona en precios a la baja, y por la reducción de las tarifas reguladas que impactaron en ingresos mayoristas.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 2.707 millones de euros en 2019, decreciendo un 0,2% interanual en términos reportados. Excluyendo el efecto de los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina que restan 18,1 puntos porcentuales, estos ingresos crecerían un 17,2% interanual, impulsados por el crecimiento de los ingresos de banda ancha fija en todas las operadoras, ingresos de acceso y voz de Argentina debido a la adecuación de las tarifas, mejora en las velocidades y mayor calidad de la base de clientes.

El OIBDA se situó en 1.398 millones de euros en 2019 decreciendo un 18,7% en términos reportados (+12,6% en términos orgánicos).

Las **amortizaciones** se situaron en 1.279 millones de euros en el 2019, creciendo un 9,6% interanual en términos reportados (+2,0% en términos orgánicos).

El **Resultado Operativo** se situó en 119 millones de euros en 2019 decreciendo un 78,5% en términos reportados, afectado principalmente por la reestructuración (-46,3 p.p.), el impacto del deterioro del fondo de comercio en Argentina (-37,3 p.p.) y los tipos de cambio y la hiperinflación de Argentina que (-34,7 p.p.). En términos orgánicos, el resultado operativo crece un 24,5%, debido al crecimiento de los ingresos comentado anteriormente, compensados en parte por los mayores gastos de terminales, red y sistemas (mitigados en parte por la implementación de ciertas medidas de control de costes) y los mayores gastos de amortizaciones en el periodo. Este incremento de gastos se explica por:

- mayores gastos de aprovisionamientos debido al incremento de los gastos de terminales asociados a la fidelización de clientes parcialmente compensados por menores gastos de interconexión en todas las operaciones salvo Argentina.
- mayores gastos de personal impulsados por el aumento de la inflación en Argentina y Uruguay, que fueron parcialmente compensados con los ahorros en Chile y Perú asociados a planes de reestructuración.
- mayores gastos de red por los mayores costes en Argentina y Uruguay, afectados por la inflación, que son parcialmente compensados por las eficiencias mostradas en las operaciones de Chile. Perú mantiene el nivel de gastos.

A continuación, información adicional por país:

- Argentina: El resultado operativo se situó en 100 millones de euros en 2019, decreciendo un 63,2% en términos reportados, afectado por el tipo de cambio e hiperinflación que reducen el crecimiento interanual en 63,8 puntos porcentuales, parcialmente compensado por el efecto NIIF 16 que aporta 1,1 puntos porcentuales. La variación interanual se ve afectada negativamente por mayores amortizaciones en el periodo, parcialmente compensado por el buen comportamiento de los ingresos de servicio y terminales.
- Chile: El resultado operativo se situó en 244 millones de euros en 2019, decreciendo un 0,3% en términos reportados afectado por el tipo de cambio que reduce la variación interanual en 3,9 puntos porcentuales y por el efecto NIIF 16 que reduce 2,6 puntos porcentuales el crecimiento interanual, parcialmente compensado por la reducción de las amortizaciones.

- Perú: El resultado operativo se situó en -71 millones de euros en 2019 (-21 millones de euros en 2018), impactado por el efecto NIIF 16 y el efecto del tipo de cambio. Este resultado operativo se vio beneficiado por la eliminación del subsidio, la captura de eficiencias relacionadas con la digitalización y personal y la reducción de las amortizaciones en el periodo.

1.9. Innovación

La innovación forma parte del ADN de Telefónica desde su comienzo. Entendemos que la capacidad de anticiparse al futuro, de comprender las necesidades de la Compañía y de trabajar para seguir siendo pioneros en el mundo digital es fundamental. Para lograrlo nos basamos en la innovación de creación interna y en aquella innovación desarrollada externamente por terceros en los cuales invertimos o con quienes colaboramos estrechamente.

Desde las áreas de innovación, el 80% de nuestro trabajo se enfoca en identificar oportunidades futuras para nuestro negocio y, el 20% restante, en buscar nuevos espacios donde la Compañía pueda reinventarse a través de modelos disruptivos. De esta manera, aseguramos nuestra capacidad de anticiparnos a las necesidades, tanto en el desarrollo de nuestros servicios y plataformas propias, como en la búsqueda de nuevas oportunidades aún desconocidas.

PRINCIPALES INDICADORES DE INNOVACIÓN

	2017	2018	2019
Inversión en I+D+i (millones de euros)	5.970	6.114	5.602
Inversión I+D+i / ingresos (%)	11,5%	12,6%	11,6%
Inversión en I+D (millones de euros)	862	947	866
Inversión I+D / ingresos (%)	1,7%	1,9%	1,8%
Incremento/descenso anual inversión I+D (%)	-4,8%	9,9%	-8,6%
Portfolio de derechos de propiedad industrial	643	601	477
Patentes registradas	32	22	27

Nuevos activos generados en 2019	Ámbito territorial
	21 patentes europeas
27 Patentes	2 patentes españolas
	4 patentes internacionales PCT
3 Diseños industriales	EUIPO - Oficina de propiedad Intelectual de la Unión Europea

Además, y de forma transversal a la innovación interna y a la desarrollada a través de nuestro ecosistema de colaboradores, impulsamos soluciones sostenibles. Gracias a ello, nuestro objetivo principal es generar un impacto positivo en el desarrollo social y económico de las regiones en las que operamos, así como proteger nuestro entorno natural, además de generar a la vez un modelo de negocio rentable para la Compañía.

1.9.1. Innovación Interna (Core Innovation)

Desde Telefónica nos esforzamos en innovar para ofrecer a nuestros clientes cada vez mejores soluciones, a la vez que también exploramos nuevas tecnologías, proyectos y negocios que nos provean de capacidades para reinventarnos.

Una parte relevante de estas actividades de innovación se realizan por equipos de desarrollo e investigación del área de *Core Innovation*. Su misión se centra en mejorar nuestra competitividad a través de la innovación sobre los activos, plataformas y servicios propios de Telefónica, como son la conectividad, los datos, o las plataformas de vídeo. Asimismo, *Core Innovation* trabaja en el desarrollo de nuevos productos y en la investigación experimental y aplicada. En el desarrollo de sus funciones, y con el objetivo de impulsar las nuevas tecnologías, esta unidad colabora con otras organizaciones externas y con universidades tanto a nivel nacional como internacional.

El modelo de trabajo de *Core Innovation* se basa principalmente en la utilización de la metodología *Lean Startup*. Esta permite acelerar el proceso de innovación y diseño haciéndolo más eficiente, y manteniendo a lo largo del mismo un claro enfoque en el cliente.

El proceso se divide en cuatro fases sobre las que se trabaja hasta llegar al lanzamiento comercial, en las que se deben ir superando diferentes hitos que determinan la continuidad del proyecto o su descarte.

Dividimos nuestros procesos en 4 fases

para asegurar el despliegue de los futuros negocios con mayor probabilidad de éxito



Fase 1
PRE_IDEACIÓN



Fase 2
IDEACIÓN



Fase 3
STAGE_GATING



Fase 4
DESPLIEGUE

Otro de los principales pilares de la innovación desarrollada internamente es la creación de una cultura de intraprendimiento e innovación. Para ello, a través del programa global de 'IN_Prendedores', *Core Innovation* financia y dota de recursos a las mejores ideas y proyectos que empleados de la Compañía presentan ante diferentes retos que se les plantean periódicamente.

Innovación en conectividad

La conectividad es uno de los principales pilares de nuestro negocio. A través de la innovación buscamos desarrollar tecnologías e infraestructuras cada vez más flexibles, eficientes y capaces de cubrir las nuevas necesidades derivadas de la transformación digital.

Podemos destacar que, después de varios años de investigación y desarrollo, en mayo de 2019 lanzamos junto a Facebook, BID Invest y CAF, **Internet para Todos** (IpT), un operador de infraestructura móvil rural en Perú. Su enfoque es dar acceso de Internet móvil en zonas rurales o de difícil acceso tanto a Telefónica como a otros operadores móviles que estén dispuestos a usar sus servicios. Con un fuerte enfoque en la innovación para proporcionar un servicio sostenible, IpT aprovechará la tecnología de los globos aerostáticos (Loon) para llegar a áreas inalcanzables, complementando así su red de cobertura terrestre.

Además, durante este año hemos seguido impulsando el estudio de las tecnologías de *Edge Computing*. El objetivo es transformar nuestras centrales de comunicación en centros de procesamiento de datos, a través del despliegue de servidores y de la digitalización. Se han puesto en marcha pilotos pre-comerciales de servicios como el almacenamiento en el *edge*, la producción de remota de contenidos o la distribución de contenidos de realidad virtual.

Por último, hay que destacar que, junto a la Comisión Europea y la industria TIC, estamos trabajando en seguir impulsando la iniciativa *5G Infrastructure Public-Private Partnership* (5G PPP). De este modo preparamos nuestras infraestructuras para el futuro, construyendo una red multi-servicio de alta capacidad, ultrarrápida, programable, flexible, escalable y abierta, capaz de ofrecer las prestaciones que demandarán los nuevos servicios de una manera económicamente sostenible y eficiente.

Innovación en nuevos productos y soluciones

Más allá de la conectividad, Telefónica se ha posicionado como un actor clave en el mundo digital, innovando en el desarrollo de nuevos productos y servicios digitales.

Entre las diferentes líneas de actividad desarrolladas destacamos:

- El desarrollo de soluciones basadas en el *Big Data* y la analítica de información.
- La exploración de nuevas experiencias de vídeo y los posibles negocios que se pueden generar a partir de estas, con el objetivo de aportar valor a nuestros canales y plataformas de vídeo. Para ello estamos trabajando en descubrir nuevas

mejoras en la producción, distribución y consumo de vídeo, y explorando formatos y plataformas digitales alternativas.

- La innovación en servicios avanzados de marketing digital cognitivo para negocios, aplicando Inteligencia Artificial a los procesos de venta que permitan personalizar la relación con los clientes.
- Soluciones basadas en *blockchain*, materia en la que Telefónica se está posicionando como empresa pionera y referente.

Además, aprovechando nuestras infraestructuras de telecomunicaciones, comenzamos a probar soluciones derivadas del uso del 5G. De esta forma surge el autobús autónomo 5G o el primer demostrador de televisión 4K en movilidad en España.

Es importante destacar también que el 5G, junto al desarrollo del *Edge Computing*, supondrá un gran avance en el ámbito del *gaming online*. Así se consigue que los servidores estén a solo cuatro milisegundos del usuario, y será posible aumentar sustancialmente el número de juegos que pueden ejecutarse sin una consola, favoreciendo la aparición de proveedores de *gaming* en nuestras plataformas.

Innovación disruptiva, aplicada y experimental

Disponemos de equipos de investigadores y de innovación que trabajan permanentemente analizando las posibilidades futuras de la tecnología de cara al futuro. De estas actividades han salido, entre otras, las unidades de negocio de Internet de las Cosas (IoT) o de Inteligencia Artificial, que se han ido convirtiendo en áreas estratégicas para el desarrollo de nuestro negocio.

Es importante destacar los trabajos que se están realizando en el estudio de la conducta humana, basados en la información obtenida de los datos móviles y los proyectos de investigación sobre Inteligencia Artificial que buscan analizar comportamientos abusivos en redes sociales. También se colabora con universidades, proveedores y organismos internacionales en áreas como redes, el futuro de Internet o el aprendizaje automático.

Telefónica Alpha

Telefónica Alpha es la primera '**Long term Innovation factory**' de Europa. Lanzamos esta filial de innovación en 2016 con el objetivo de crear **proyectos rompedores en tecnología** para encontrar soluciones radicales que ayuden a crear **un impacto positivo** en la sociedad o el planeta. Alpha trabaja en **proyectos de largo plazo**, muy ambiciosos técnicamente, y que podrán tener un impacto en millones de personas, y ayudará a resolver algunos de los grandes retos asociados a la salud.

1.9.2. Innovación Abierta

El área de Innovación Abierta de Telefónica se estructura en las unidades Telefónica Open Future, Wayra y Telefónica Innovation Ventures como programas globales y abiertos diseñados para conectar a emprendedores, *startups*, inversores y organizaciones públicas y privadas de todo el mundo.



El objetivo principal es desarrollar y potenciar el talento y el emprendimiento tecnológico-digital en los ecosistemas locales de los países en los que nos encontramos presentes, e incorporar a la Compañía la innovación de las *startups* a las que apoya. Para ello se impulsa el crecimiento de ideas, proyectos y empresas, a la vez que se detecta el talento en cualquiera de sus fases de madurez.

Nuestros *Hubs* suponen un acceso único para las *startups* a grandes socios corporativos, inversores, gobiernos, instituciones públicas y emprendedores relevantes. Además, disponer de socios públicos y privados nos permite impulsar el ecosistema de emprendimiento global ampliando nuestra oferta de servicios, y ofreciendo la posibilidad de acceder a eventos, competiciones o rondas de financiación a los emprendedores de nuestro ecosistema.

PRINCIPALES INDICADORES INNOVACIÓN ABIERTA

	2019
Startups en cartera / activas	Más de 500
Startups trabajando con Telefónica	Más de 100
Países en los que está presente	15 de tres continentes
Hubs de Wayra	7
Espacios de Open Future	46
Centros de <i>scouting</i> de Telefónica Innovation Ventures	2 (Silicon Valley y España)
Startups invertidas por Telefónica Innovation Ventures	12

En definitiva, los programas de Innovación Abierta son una interfaz completa y única entre emprendedores y nuestra red de socios: grandes empresas, gobiernos y otros agentes relevantes, además de colaborar con las *startups* de nuestro

ecosistema para aportar nuevas eficiencias para el Grupo o nuevas soluciones para nuestros clientes.

Ecosistema emprendedor

Telefónica Open Future

Desde Open Future apoyamos a las *startups* locales en fase de maduración en conjunto con alianzas estratégicas con socios públicos y privados.

En concreto, junto a nuestros socios hemos creado los **Open Future Hubs** que ofrecen espacio de trabajo, *mentoring*, acceso a ofertas exclusivas de socios comerciales, etcétera. Cualquier compañía que no tenga aún un producto mínimo viable o genere negocio es una potencial candidata para entrar en este programa.

Actualmente contamos con **46 Hubs en nueve países de dos continentes**.

Wayra

Wayra cuenta con *Hubs* en Europa y Latinoamérica, teniendo operaciones en varios países. En Europa contamos con *Hubs* en España (Madrid y Barcelona), Reino Unido y Alemania, mientras que en Latinoamérica contamos con tres *Hubs* en Brasil, Colombia -desde donde también se coordina nuestra presencia en México y Venezuela-, y Argentina -desde donde también se coordina nuestra operación en Chile y Perú-.

Nuestro objetivo es acompañar y apoyar a emprendedores a alcanzar una escala global y conectar a innovadores con las unidades de negocio de Telefónica para generar oportunidades conjuntas.

En 2018 se realizó el relanzamiento del programa Wayra con el foco puesto en acelerar e invertir en empresas tecnológicas, más maduras y que encajen bien con los proyectos estratégicos de la propia Telefónica en campos como Big Data, Inteligencia Artificial, Internet de las Cosas, ciberseguridad o *Fintech*. Desde entonces, Wayra opta por *startups* que encajen más en estos puntos estratégicos para Telefónica y tengan mayores *tickets* de inversión, apalancándonos en terceros.

También desde Wayra se han impulsado los '*Activation Programme*', que permiten la generación de APIs para facilitar el acceso a las plataformas de Telefónica a socios, *startups* y desarrolladores. Las *startups* que participan en estos programas de activación cuentan con acceso exclusivo y gratuito a nuestras plataformas y soporte técnico especializado para el desarrollo de sus soluciones. Sin embargo, la propuesta de esta iniciativa no es sólo apoyar a la *startup* desde el punto de vista técnico, sino también ofrecer oportunidades de desarrollo de negocio de sus soluciones con nuestros clientes, así como oportunidades de inversión desde Wayra.

Actualmente existen dos programas en curso: el *IoT Activation Programme* y el *Blockchain Activation Programme*, lanzado en 2019.

Fondos de innovación - Innovation Ventures

Telefónica Innovation Ventures (TIV) es el vehículo de 'Corporate Venture Capital' para invertir y construir alianzas estratégicas que nos permitan liderar los grandes retos que afronta nuestra industria, desarrollando nuevos negocios alineados con la estrategia global de la empresa.

Estos fondos invierten directamente en *startups* tecnológicas y también, participando como *limited partner*, a través de una red de fondos de capital riesgo líderes en mercados claves para el Grupo. Actualmente el portfolio de Innovation Ventures está compuesto por *startups* invertidas directamente e indirectamente a través de otros fondos de capital riesgo.

En 2019 se han realizado dos inversiones directas en compañías estratégicas para Telefónica. Una de ellas en el ámbito de las redes de telecomunicación abiertas y virtualizadas de nueva generación y otra en el ámbito de *blockchain* para agilizar y hacer más eficientes los pagos entre operadoras de telecomunicaciones.

Además, también en 2019, la red de fondos de capital riesgo se ha fortalecido con la entrada de Telefónica Innovation Ventures (TIV) como *Limited Partner* en tres fondos de capital riesgo cuyo foco es la inversión en *startups* de alta tecnología en EE.UU., Israel y Brasil.

TIV tiene oficinas de búsqueda y análisis de *startups* en Silicon Valley y Madrid y cuenta como mercados foco de inversión Europa, Brasil, EEUU e Israel.

1.9.3. Innovación Sostenible

En Telefónica abordamos la sostenibilidad como un proceso transversal a toda la innovación que busca la **transformación social y medioambiental**, teniendo en cuenta los grandes retos globales que existen, con el objetivo de impulsar avances que **contribuyan a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible** definidos por Naciones Unidas en la Agenda 2030.

Las principales temáticas que se trabajan desde esta visión cubren problemáticas asociadas con:

- La inclusión digital, asegurando que llevamos la conectividad a todos sin dejar a nadie atrás.
- El desarrollo de sociedades más humanas mediante soluciones que mejoran la calidad de vida de las personas.
- El desarrollo de nuevos productos que reducen la generación de emisiones y residuos y mejoran las eficiencias energéticas tanto internas como de nuestros clientes.



En este sentido, durante los últimos años hemos impulsado el desarrollo de nuevas líneas de actividad, como son nuevas soluciones de IoT orientadas a proteger los ecosistemas naturales; proyectos para facilitar la conectividad en zonas remotas o de accesibilidad de la tecnología a personas con algún tipo de discapacidad, e iniciativas de *Big Data for Social Good* con investigaciones y estudios sobre *Smart Agro*, evaluación de pandemias o contaminación ambiental.

En el año 2019 podemos destacar, además, dentro del programa de IN_Prendedores, la **Iniciativa de Innovación Sostenible**, que ha celebrado su quinta edición. En esta convocatoria se han presentado 262 proyectos desde 10 países donde empleados, *startups* del ecosistema de innovación abierta, universidades y proveedores del Grupo

Telefónica han presentado sus propuestas de soluciones con el objetivo de construir una sociedad más sostenible y, a la vez, ser capaces de generar un modelo de negocio rentable para la empresa. Los mejores proyectos son financiados e impulsados internamente para que puedan convertirse en soluciones comerciales en el futuro.