



Visión estratégica

1.1. Contexto

GRI 103, 102-15

1.1.1. Entorno macro: comienzo de la recuperación económica y tensiones geopolíticas

Tras el cierre del ejercicio 2020, dominado por la pandemia y el impacto que las medidas para contenerla tuvieron sobre la economía mundial, el año 2021 ha supuesto un periodo de transición hacia la **recuperación global**. La primera mitad de 2021 continuó fuertemente afectada por nuevas olas de COVID-19, a la vez que comenzaban a desarrollarse campañas para la vacunación masiva de la población.

Durante el segundo semestre, el impacto de la vacunación permitió cierta reapertura de las economías (comercio, turismo, viajes...) y el retorno al crecimiento. A finales del año 2021 y principios del 2022, la aparición de una **nueva variante** (ómicron), con una fuerte incidencia en términos de contagio, aunque de menor gravedad en poblaciones con alta vacunación, volvió a requerir la adopción de medidas de protección para la población. Pese a todo, persiste la incertidumbre en cuanto al cuándo podrá considerarse finalmente controlada la pandemia.

Con la reapertura de la actividad, las principales economías mundiales comenzaron a mostrar crecimiento, el cual debería acelerarse en los próximos trimestres para recuperar los niveles anteriores a la crisis. Aunque cabe señalar que, por el momento, **la recuperación es desigual** (entre países, sectores, etcétera) y, a largo plazo, el impacto de la crisis puede cambiar los equilibrios en la economía mundial.

En un primer momento, la recuperación vino acompañada por un crecimiento no esperado de la **inflación**, debido a los incrementos de la demanda a medida que la producción se iba reactivando y a una contracción temporal en la oferta (disponibilidad de mano de obra, cadenas de suministro, semiconductores, transporte mundial...). En este contexto inflacionario, durante los últimos meses de 2021 asistimos a un incremento global de los **costes de la energía**, debido a los precios de las materias primas (gas, petróleo...), junto con el impacto de las políticas de transición hacia energías más limpias (precios de los derechos de emisión...).

Políticamente, tras la pandemia vuelven a situarse en la agenda algunas de las cuestiones que habían quedado temporalmente en segundo plano para atender la crisis sanitaria, entre las que cabe destacar:

- La creciente **polarización** política y el surgimiento de movimientos de corte populista o extremista en numerosas regiones del mundo.
- Tensiones comerciales entre **Estados Unidos y China** y su potencial impacto en el comercio y en las cadenas de suministro globales. Consideración de determinados sectores de actividad (semiconductores, energía, comunicaciones...) como estratégicos para los países, con posibles medidas de intervención por parte de los estados.
- Problemas derivados del **Brexit** y el rol a futuro de la **Unión Europea** en el panorama mundial.
- Consecuencias a largo plazo de las nuevas tensiones en Europa derivadas de la política exterior de **Rusia** (por ejemplo, crisis en Ucrania).
- Regulación y control de las grandes compañías **tecnológicas** (privacidad *online*, inteligencia artificial, control de los datos, etcétera) y presión social y presupuestaria de los estados para equilibrar la carga impositiva (avance en primeros acuerdos globales para armonizar la fiscalidad dentro del marco de la OCDE).
- Fuerte incremento en los casos de **delincuencia informática**, con impacto en infraestructuras relevantes (sanitarias, energía...), que precisa de un despliegue de medidas de ciberseguridad.

1.1.2. Entorno social: mayor relevancia de las cuestiones medioambientales y de sostenibilidad a largo plazo

Dentro de este nuevo contexto económico y político, continúa creciendo la **presión por la sostenibilidad** medioambiental y las cuestiones sociales y de gobierno de las empresas (ESG), entre las que destacan:

- **Transición energética** hacia fuentes renovables (aunque existen incertidumbres en torno a los plazos propuestos y a la forma de financiar esa transición).
- Reducción de las **emisiones** de CO₂ en todos los eslabones de la actividad económica, con especial foco en las industrias más contaminantes, y establecimiento de objetivos *Net Zero*.

- Mayor conciencia social en torno al aprovechamiento de los recursos y al paso a una **economía circular** en toda la cadena de suministro.
- Necesidad de medidas para revertir el incremento en la **inequidad** económica tras la pandemia.
- Reducción de la **brecha digital** (acceso a Internet, alfabetización digital, etcétera).
- **Diversidad y no discriminación** en el acceso y el desempeño del empleo (igualdad de género, brecha salarial, minorías, etcétera). Conciliación laboral y crecimiento del trabajo en remoto tras la pandemia.
- Empoderamiento del **consumidor** frente a las grandes corporaciones, con especial atención en la privacidad de los datos personales y su tratamiento.

Para las empresas, se ha incrementado la **presión regulatoria** hacia el cumplimiento y reporte de determinados objetivos y estándares ESG. En paralelo, la transformación hacia una economía más sostenible genera **nuevas oportunidades** que las compañías pueden aprovechar para un crecimiento sostenible:

- Crecimiento en **ingresos**, derivado del lanzamiento de nuevos productos sostenibles, digitalización de la economía y nuevos modelos de negocio más inclusivos.
- Incremento en la **eficiencia**, con reducción de costes (por ejemplo, costes de energía, consumo de agua y otros recursos naturales) y mejor aprovechamiento de los activos productivos (*asset allocation*).
- Mejoras en la **productividad**, derivadas de medidas de inclusión de toda la fuerza de trabajo (motivación, conciliación laboral, acceso a talento digital...).
- Acceso a nuevas fuentes de **financiación**, con la transición a unas finanzas más sostenibles (por ejemplo, emisión de bonos verdes) y un fuerte compromiso por parte de los estados hacia la transición ecológica y digital (por ejemplo, Fondos *Next Generation* en la UE).

1.1.3. Entorno del mercado de telecomunicaciones: digitalización y aceleración de las infraestructuras de nueva generación

Pese a la relevancia de la conectividad durante la pandemia y al fuerte incremento del tráfico experimentado, el sector de las telecomunicaciones se vio impactado por las medidas de confinamiento y el parón económico durante 2020 y la primera mitad de 2021. A partir de entonces, el sector **comienza a recuperar ingresos** perdidos (por ejemplo, el *roaming*, debido a la prohibición de viajar, etcétera) y a incrementar la actividad comercial. En este sentido, la recuperación de la actividad en el ámbito de las grandes corporaciones, las pymes y

las administraciones públicas, son un soporte fundamental para el sector.

La pandemia ha servido para anticipar algunas de las tendencias de mercado que ya eran incipientes. Los individuos y las empresas han **acelerado la migración al mundo digital**, con un fuerte impacto en la transformación de la economía:

- Cambio en los hábitos de **consumo** de los individuos hacia productos digitales para entretenimiento, información, salud, educación, etcétera, junto con una mayor penetración del comercio electrónico en el ámbito de los bienes de consumo.
- Evolución de las **condiciones laborales** hacia un mayor peso del trabajo en remoto y conectado, desarrollando modelos mixtos (presencial/remoto) en numerosos sectores económicos.
- Necesidad de **digitalización en los procesos** de las empresas para responder a las expectativas de sus clientes (sobre todo en el ámbito de las pymes que, tradicionalmente, habían avanzado más lentamente en el ámbito digital).

La necesidad de contar con una **infraestructura** de telecomunicaciones de calidad y baja en carbono que soporte la nueva realidad digital y social ha acelerado los planes de despliegue de las redes futuras:

- En el ámbito de la conectividad **fija**, los principales operadores han anticipado la migración hacia tecnologías de fibra hasta el hogar (FTTH), apoyándose en la disponibilidad de planes de inversión pública y privada, y evolucionando, en muchos casos, hacia la creación de operadores mayoristas y neutros (Fibercos).
- En el **móvil**, el acelerado despliegue de la nueva tecnología 5G ha comenzado con la celebración de las principales subastas de espectro que soportarán los nuevos servicios a futuro, basados en una conectividad de ultrabanda ancha, de muy baja latencia y con capacidad para multitud de dispositivos conectados.

Pese a la relevancia de las telecomunicaciones y a la importancia de la conectividad para la vida de las personas, el sector sigue penalizado en bolsa en los últimos años. El motivo de la penalización se debe al poco crecimiento de los ingresos, el nivel de endeudamiento, el alto nivel de inversiones para desarrollar nuevas tecnologías, la regulación y la falta de consolidación intra-mercado.

En este contexto, el futuro del sector apunta hacia el desarrollo de **modelos especialistas** como evolución de las operadoras integradas tradicionales. Independientemente de la forma en que se materialicen (con o sin compañías formalmente independientes), se anticipan avances en tres modelos claramente diferenciados:

- En el sector **residencial y masivo** (B2C), un modelo apalancado en marcas valiosas para el consumidor que añade valor a la conectividad mediante el desarrollo de ecosistemas digitales en verticales clave (hogar, entretenimiento, seguridad, etcétera).
- En el ámbito de las **corporaciones** (pymes, grandes empresas y administraciones), se prevé crecimiento en los servicios profesionales y en las soluciones tecnológicas para ayudar a los clientes en su camino hacia la digitalización (*cloud computing*, servicios gestionados, ciberseguridad, etcétera) con un portafolio completo de soluciones.
- Para el desarrollo de la **infraestructura** de telecomunicaciones, el futuro pasa por la creación de especialistas para acelerar los despliegues y operar de forma eficiente las redes (llegando incluso a la separación funcional de las redes en algunos operadores, en forma de operadores neutros y mayoristas).

Asimismo, la presión por la sostenibilidad, antes mencionada, está ya plenamente integrada en el sector, especialmente en torno a temas como como la **conectividad inclusiva** (dirigida a aquellas poblaciones que antes no estaban conectadas o a colectivos y grupos sociales que tienen dificultades para poder hacer uso de los nuevos servicios digitales), la **eficiencia energética** (a través, sobre todo, de redes y tecnologías que garanticen un menor consumo eléctrico), la adecuada gestión de la **privacidad**, el desempeño en **ciberseguridad**, además de la gestión del **talento** y la **cadena de suministro**.

Al interés de analistas e inversores (que ha crecido exponencialmente en los últimos años), se ha sumado el efecto de la pandemia, que ha dado una nueva dimensión a la contribución que las redes y servicios de telecomunicaciones tienen en el **desarrollo social y medioambiental** de las comunidades.

1.2. Misión, propósito, valores

GRI 102-14

"Hacer nuestro mundo más humano conectando la vida de las personas".

Nuestra misión pone a las personas en el centro de todo lo que hacemos. Queremos ser una empresa en la que clientes, empleados, proveedores, accionistas y la sociedad en general, puedan confiar. Para lograrlo, debemos tener principios claros que orienten consistentemente nuestras decisiones y acciones dentro y fuera de la empresa. Por tanto, nuestra misión tiene dos elementos clave que reflejan nuestro propósito corporativo:

- **Hacer un mundo más humano:** la **ética** corporativa está en la base de todo lo que hacemos, poniendo siempre la tecnología al servicio de las **personas** y protegiendo el **planeta** gracias a la digitalización. Tenemos en cuenta las expectativas y necesidades de nuestros distintos grupos de interés para crear relaciones de confianza.
- **Conectar la vida de las personas:** implica que aspiramos a digitalizar a toda la sociedad, sin dejar a nadie atrás, y a reducir la **brecha digital** por acceso, asequibilidad, accesibilidad o formación en competencias digitales. Nos empuja además a innovar para ser capaces de ofrecer productos y servicios que aporten valor, contribuyan a mejorar la vida de las personas, y a aprovechar al máximo las **soluciones digitales para descarbonizar la economía**.

El COVID-19 acentuó la relevancia de nuestro propósito: nunca antes, estar o no conectados había marcado una diferencia tan importante. La conexión que durante la pandemia nos permitió estudiar, trabajar, informarnos, relacionarnos con nuestros familiares y amigos, comprar e incluso continuar con nuestros negocios, se ha instalado de manera rotunda en nuestras vidas y no se concibe de otra manera. Este nuevo modo de hacer las cosas -más *online* y digital- mostró también beneficios ambientales. Por ejemplo, el trabajo en remoto redujo los desplazamientos de los empleados, disminuyendo el consumo de combustibles y la climatización de oficinas, lo que se tradujo en menos emisiones de CO₂.

El sector de las telecomunicaciones es un pilar para nuestra sociedad. Y en los próximos años, el sector continuará jugando un papel fundamental para abordar una recuperación económica y social que no deje a nadie atrás y para construir una economía más verde y justa para todos.

Nuestro propósito de compañía enlaza de manera natural con la **Agenda 2030 de Naciones Unidas**, que destaca de forma expresa el papel clave de la tecnología, la innovación y las comunicaciones para abordar los grandes retos de la humanidad. Desplegar infraestructuras es una pieza fundamental pero no suficiente. A partir de esa infraestructura es necesario desarrollar servicios que aporten valor, que nos permitan obtener todo el partido socioeconómico a la fibra y a la tecnología. Y es preciso además incrementar la capacitación digital de la sociedad y de las empresas.

La formulación del propósito se construye, por tanto, sobre los **elementos y valores de la sostenibilidad**: queremos ser percibidos como un actor clave en el desarrollo sostenible de la nueva sociedad y un habilitador para afrontar los nuevos desafíos socioeconómicos y medioambientales.

Para ello, en el Grupo Telefónica contamos con un código ético y de conducta: nuestros Principios de Negocio Responsable y, a su vez, con nuestra política de sostenibilidad que rigen lo que decimos y hacemos en nuestra actividad diaria para actuar conforme a nuestros valores de integridad, compromiso y transparencia.



[Ir al capítulo 2.11. Gobernanza y cultura de la sostenibilidad](#)

La **alineación de marca y cultura** es clave para lograrlo. Nuestro objetivo es que los comportamientos, procesos y objetivos de Telefónica reflejen el propósito y los valores de la Compañía, asegurando la **coherencia entre lo que se dice y lo que se hace**, para lograr que esta visión compartida permee de los empleados a los clientes y de nuestros clientes a la sociedad. La cultura se fortalece cuando somos consistentes en cómo nos comportamos dentro y cómo nos presentamos hacia fuera. Esto nos ayuda a precisar nuestra razón de existir y nuestra posición para mejorar el mundo.

1.3. Modelo de negocio

GRI 102-2

Telefónica despliega, opera y mantiene **redes de telecomunicaciones** y, sobre esas

capacidades, construye **productos y servicios de conectividad** (o adyacentes) adecuados a un **amplio espectro de clientes** (personas o entidades jurídicas).

Cadena de valor de Telefónica



1.3.1. Activos

GRI 102-2

El **modelo de creación de valor** de Telefónica parte de la explotación de una serie de valiosos **activos**, que incluyen principalmente:

- Las **redes de telecomunicaciones**, fijas y móviles, que incluyen tanto la infraestructura básica (fibra, obra civil, torres de telecomunicaciones, ductos, inmuebles, etcétera) como los elementos físicos asociados al acceso, transporte y conmutación (equipamiento *hardware*) que permiten prestar los servicios de

conectividad y comunicaciones básicas a nuestros clientes. Telefónica construye, opera y mantiene estas redes en cada uno de los países donde opera.

- La **infraestructura IT** (centros de datos, *hardware* y *software*) necesaria para la prestación de los servicios a clientes finales (*front office*) y las operaciones propias (*back office*). Se incluyen aquí las principales plataformas para construir servicios sobre la conectividad básica (comunicaciones, TV, servicios digitales, etcétera), propias o basadas en servicios de terceros.

- Las **licencias** y habilitaciones necesarias en función de la regulación aplicable y, para el caso de las operaciones móviles, el **espectro** radioeléctrico adquirido en cada uno de los países para la prestación del servicio.
- Telefónica es la **marca** madre que lidera las comunicaciones corporativas e institucionales a nivel global. A nivel local, contamos con las marcas comerciales Movistar en España e Hispanoamérica, O2/VMED O2 en Europa y Vivo en Brasil.



- **Otros activos intangibles** necesarios para la prestación del servicio, como el *know-how* en la operación y procesos que Telefónica ha construido a lo largo de su historia, incluyendo el valor de nuestras marcas en cada mercado.

1.3.2. Servicios

Telefónica explota estos activos construyendo **servicios** adecuados a las necesidades de nuestros clientes. Estos servicios pueden ser totalmente propios (por ejemplo, los más puros de conectividad y comunicaciones) o estar basados en la oferta de terceros a través de *partnerships* o acuerdos de distribución (como sucede en algunos servicios digitales). Los principales elementos de la propuesta comercial de Telefónica a los clientes incluyen:

- **Servicios básicos de telecomunicaciones**, que abarcan la conectividad a Internet (residencial o los

productos más sofisticados para empresas y corporaciones) y las comunicaciones fijas y móviles (voz tradicional y otros SVAs de comunicación).

- **Servicios digitales**, propios y de terceros, que se prestan sobre las redes de telecomunicaciones y la conectividad de Telefónica y complementan nuestra oferta a los clientes finales (por ejemplo, la televisión digital y contenidos, servicios en la nube, etcétera.).
- **Servicios profesionales y similares**, necesarios para facilitar a nuestros clientes la digitalización y el acceso a la tecnología, incluyendo la seguridad (lógica y física), la consultoría de negocio basada en *big data*, los servicios de IT y comunicaciones gestionadas para empresas, etcétera.

1.3.3. Clientes

Telefónica se dirige comercialmente a una gran variedad de **clientes** en cada uno de los mercados donde opera, con el objetivo de brindar soluciones adecuadas a sus necesidades en el transcurso de su vida digital. El portafolio de clientes del Grupo Telefónica abarca prácticamente todos los segmentos en cada mercado, incluyendo:

- **Clientes residenciales**, donde Telefónica ofrece soluciones tanto para el hogar (conectividad fija, fibra, TV...) como para personas individuales (por ejemplo, líneas móviles).
- **Clientes corporativos**, con una oferta adaptada a las necesidades digitales de diversas tipologías de empresa (desde negocios y pymes a las principales multinacionales mundiales).
- **Administraciones públicas** y otros organismos gubernamentales u oficiales.

1.4. Materialidad

PUNTOS CLAVE

- ✓ En Telefónica hemos trabajado en el 2021 para integrar la doble materialidad como parte de nuestra estrategia, identificando los asuntos que tienen impacto en el valor de la Compañía, la sociedad y el medioambiente.
- ✓ El análisis de la doble materialidad se ha realizado en cuatro pasos: identificación y actualización de los asuntos clave; evaluación y priorización; compromiso con los grupos de interés, y supervisión y validación del proceso.
- ✓ La matriz de doble materialidad clasifica los asuntos materiales en tres niveles de impacto, en función de su mayor o menor carácter estratégico, de la urgencia y/o la forma en la que deben abordarse.

1.4.1. Doble materialidad

La propuesta de Directiva sobre divulgación de información empresarial sobre sostenibilidad (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD) de la Comisión Europea pide a las compañías que informen sobre la sostenibilidad de manera coherente y comparable, en consonancia con la taxonomía de la Unión Europea, y que lleven a cabo una evaluación de doble materialidad.

La doble materialidad también forma parte de los estándares del Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD); el Sustainability Accounting Standards Board (SASB); el Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC) y el Global Reporting Initiative (GRI), entre otros.

En Telefónica empezamos a trabajar este enfoque en 2021 como **un elemento determinante de nuestra estrategia** y toma de decisiones, y lo hicimos en torno a una doble perspectiva:

- Por un lado, el impacto en el valor de la empresa (**'materialidad financiera'** o **'impactos hacia adentro'**);
- Por otro lado, los impactos en la sociedad y en el medioambiente (**'materialidad ambiental y social'** o **'impactos hacia afuera'**).

1.4.2. Proceso de determinación de la doble materialidad

GRI 103

Para este proceso hemos seguido cuatro pasos:



A. Identificación y actualización de los asuntos materiales

El primer paso ha sido la identificación de un amplio universo de cuestiones potencialmente materiales. La referencia a múltiples fuentes es esencial para minimizar el riesgo de pasar por alto cualquier asunto emergente y **garantizar un análisis exhaustivo y creíble.**

Además, un enfoque de múltiples fuentes (regulatorias, sectoriales, índices ESG, etcétera) garantiza un análisis más objetivo, ya que los datos han podido triangularse reduciendo la subjetividad de los puntos de vista de partes interesadas específicas.

En nuestro caso, hemos partido de los aspectos materiales identificados en el 2019 y actualizados en 2020, que se han validado y ampliado en función del contexto de la Compañía, de fuentes de especial relevancia como estándares de reporte, nueva regulación y asuntos trasladados por nuestros grupos de interés como inversores.

Todos los temas han sido clasificados y agrupados en función de la matriz de materialidad elaborada por la *Value Reporting Foundation*, que desarrolla los estándares SASB.

B. Evaluación y priorización mediante evidencias que demuestren el impacto en la sociedad/medioambiente y el impacto en el valor de la Compañía

La doble materialidad consiste en explicar por qué los asuntos son relevantes desde una perspectiva de impacto social y medioambiental y/o financiera. Para ello, los asuntos potencialmente materiales que se han identificado en el primer paso se analizan para ser ponderados y priorizados desde ambas perspectivas.

Impacto en la Sociedad - Medioambiente

La materialidad para cada tema es el promedio ponderado de las puntuaciones obtenidas en cada fuente utilizada:

- **Contexto global regulatorio ESG:** análisis de normas internacionales ambientales, sociales y de gobernanza empresarial como requisitos legales, prácticas locales de aplicación global, políticas económicas, normas de autorregulación, etcétera.
- **Benchmark:** matrices de materialidad de los líderes de nuestro sector.
- **Criterios ESG** aplicados por analistas e inversores (DJSI, Sustainalytics, Vigeo, FTSE4Good y MSCI).
- **Estándares de reporte no financiero o de sostenibilidad** (GRI y SASB).
- **Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible.** Hemos tenido en cuenta los objetivos en los que podemos contribuir de forma más decisiva.
- **Matriz de priorización de la evaluación de impacto global de Derechos Humanos de Telefónica.** Los resultados de esta evaluación han sido ponderados en torno a tres niveles (alto, medio o bajo).



Más información en el capítulo 2.8. Derechos Humanos

- **Estudio de impacto social y medioambiental,** generado por Telefónica. Hemos tenido en cuenta la evaluación de un conjunto de las variables de impacto,

presentando el valor ambiental, social y de gobernanza que generamos, con una serie de agrupaciones de indicadores de acuerdo con la relación que existe entre los mismos.



Más información en el capítulo 2.10. Contribución e impacto en las comunidades

Materialidad financiera o impacto en el valor de Telefónica

En este caso, se realizó un análisis interno con las principales áreas especializadas de la Compañía para medir la relación de cada uno de los temas identificados con:

- **Riesgos futuros y emergentes** que podrían volverse estratégicamente relevantes. Se ha tenido en cuenta el mapa de riesgos de Telefónica para identificar qué asuntos son relevantes desde el punto de vista de riesgos y qué otros nuevos debían tenerse en cuenta. El nivel de riesgo se evalúa a partir de su criticidad en el mapa de riesgos de Telefónica, como combinación del potencial impacto y la probabilidad de ocurrencia.
- **Oportunidades.** Se han estimado una serie de oportunidades ligadas a criterios ESG, tanto en términos de posibles nuevos ingresos como de eficiencias. Para su evaluación se han tenido en cuenta los principales indicadores de referencia, el impacto estimado, el tamaño y la probabilidad de la captura de la oportunidad. Este mapa nos muestra el horizonte de la empresa y los cambios que se prevén en los próximos años que afectan o pueden afectar a nuestro valor.

En ambos casos (riesgos y oportunidades), se han fijado cinco niveles de impacto (leve, bajo, moderado, alto y crítico).

C. Compromiso con los grupos de interés, incluyendo su percepción sobre los asuntos identificados y evaluados

La base de los asuntos analizados fue el resultado de la consulta realizada a nuestros grupos de interés en el 2020 con la metodología desarrollada internamente e implementada y validada por Ipsos (compañía multinacional de investigación de mercados). Para la doble materialidad de 2021, **hemos recogido la importancia que los grupos de interés daban a cada uno de los asuntos.** La consulta se actualizó para ver el impacto del COVID-19 en nuestros principales mercados: España, Brasil y Reino Unido. De los más de 125.000 invitados participaron activamente 2.695 personas, lo que supone una tasa de respuesta del 2,15%, dato relevante dada la modalidad de consulta.

Se puede encontrar más información sobre la metodología y los resultados de esta encuesta en el anexo del Informe de Gestión 2020.

D. Supervisión y validación del proceso de materialidad

En esta fase, presentamos los resultados a la Comisión de Sostenibilidad y Calidad y a la Oficina de Negocio Responsable, así como a todas las áreas a nivel global y local que participaron en el proceso. Su involucración nos ha permitido completar la matriz con opiniones cualitativas sobre el ejercicio realizado y validar internamente los asuntos prioritarios resultantes.

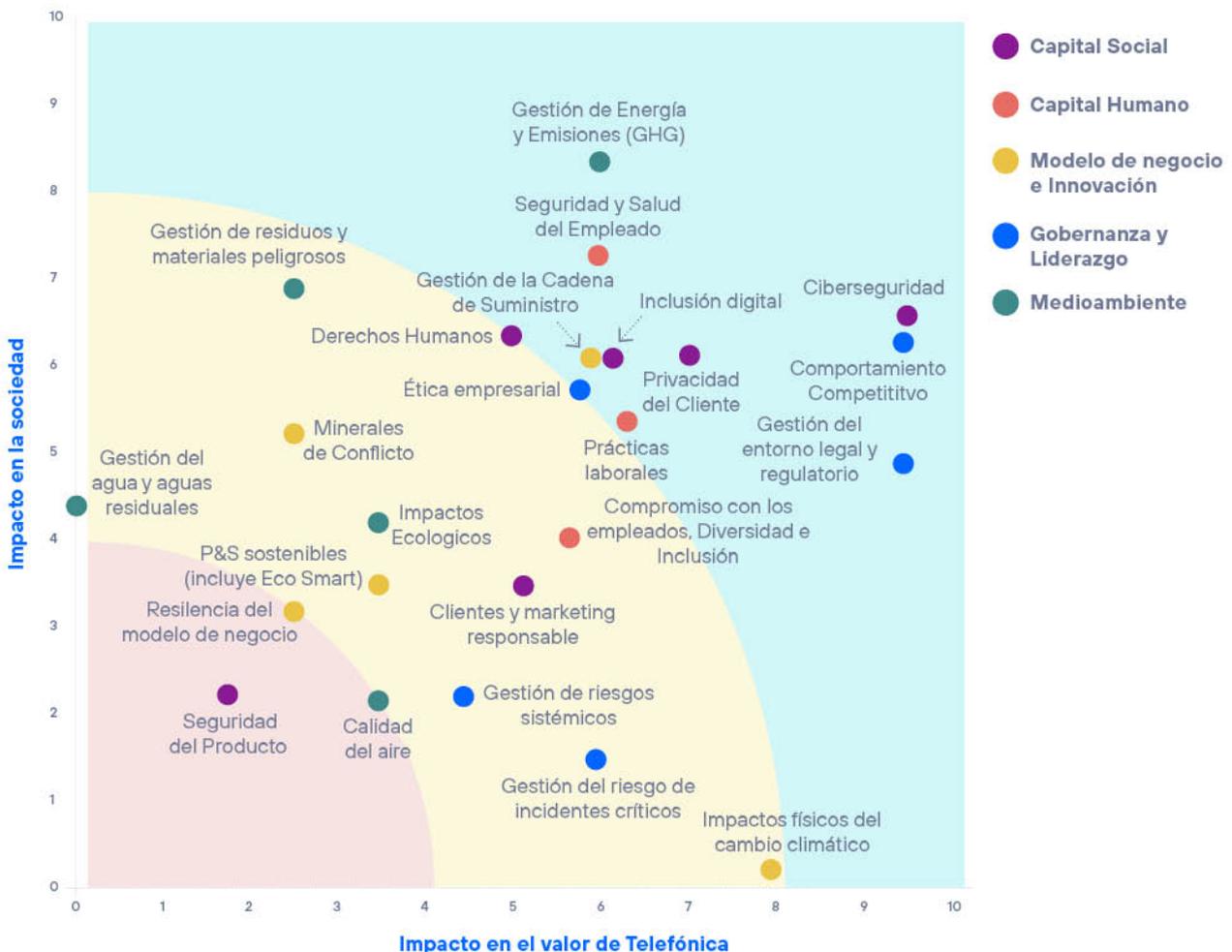
La involucración de los grupos de interés internos ha desempeñado un papel crucial en el proceso, ya que la doble materialidad ha ayudado a los miembros del Consejo, a la alta dirección y a los gestores de las áreas a **comprender y distinguir entre los impactos hacia el exterior y las dependencias hacia el interior** del modelo de negocio de Telefónica. El ejercicio ha proporcionado una visión más amplia y completa de la situación de la Compañía, una base sólida para identificar los asuntos prioritarios, los riesgos y las oportunidades emergentes.

1.4.3. Matriz de doble materialidad

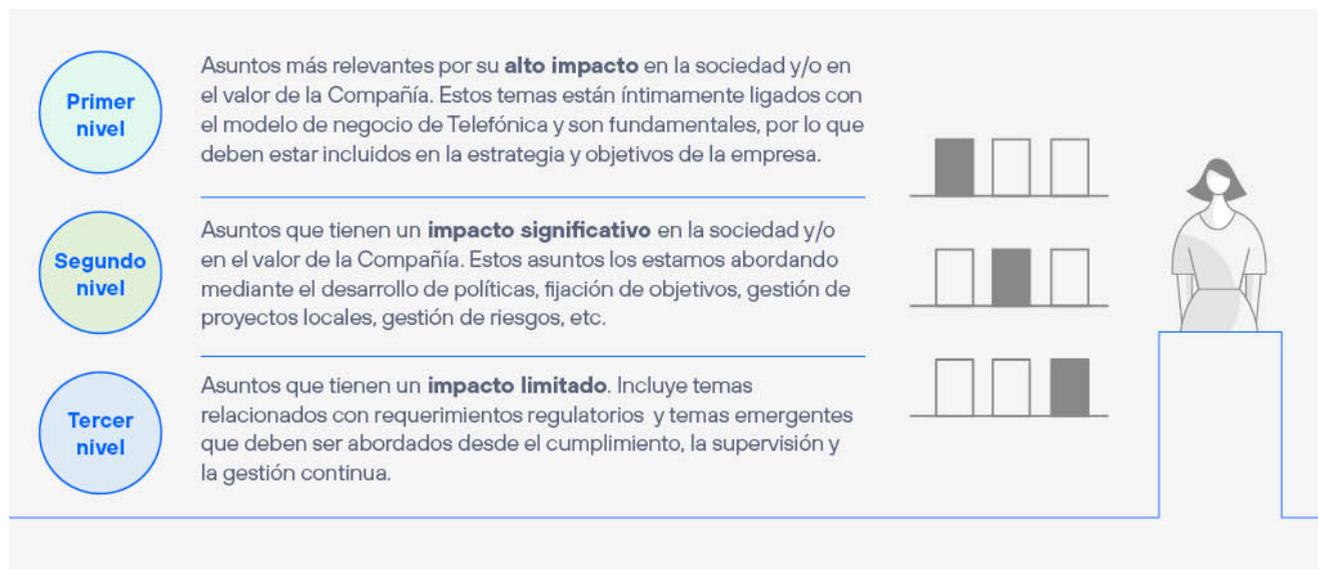
El proceso seguido nos ofrece como resultado una **matriz de materialidad desde una perspectiva global**, según el impacto en el valor de Telefónica y el impacto en la sociedad y en el medioambiente:

Entendiendo que todos los temas identificados en la matriz son materiales, se han clasificado en torno a tres niveles, que denotan los asuntos más estratégicos (primer nivel), los que tienen un impacto significativo (segundo nivel) y los que, siendo relevantes, tienen, hoy por hoy, un impacto más limitado (tercer nivel).

Esta clasificación se ha realizado con independencia del origen del impacto. Algunos asuntos pueden ser prioritarios desde el punto de vista de impacto en la sociedad/medioambiente, por ejemplo, la gestión de residuos y materiales peligrosos o, desde el punto de vista de impacto en el valor de la Compañía, por ejemplo, los impactos físicos del cambio climático. En consecuencia, en Telefónica los consideramos igualmente claves y se abordan estratégicamente aunque no se encuentren en el primer nivel.



Clasificación de los asuntos materiales



1.4.4. Contexto de la materialidad

GRI 102-34, 102-44, 102-47

Primer nivel

Asunto material	Definición	Capítulo del Informe
Ciberseguridad	Ciberseguridad y protección de datos personales (crear un entorno digital seguro, llevar a cabo estrategias que minimicen y gestionen riesgos).	2.15.3. Seguridad
Comportamiento competitivo	Presión responsable a grupos de interés (<i>lobbying</i>) y prácticas anticompetitivas.	2.12. Ética y cumplimiento
Entorno económico, político y regulatorio	Cumplir con la legislación vigente y las políticas y normativas internas de la compañía. Contingencias tributarias y transparencia fiscal.	2.12. Ética y cumplimiento 2.13. Transparencia fiscal
Gestión de energía y emisiones (GEI)	Reducir emisiones de carbono para reducir su impacto en el planeta. Ser eficiente en el consumo de energía y usar energías limpias (Energías renovables y eficiencia energética). Contribuir a luchar contra el cambio climático.	2.2. Energía y cambio climático
Seguridad y salud del empleado	Ofrecer nuevas formas más flexibles de trabajo para nuestros empleados facilitando la conciliación familiar (flexibilidad, teletrabajo, desconexión digital fuera de la oficina...). Preocupación por la seguridad, salud y el bienestar de los empleados.	2.6.5.3. Nuevas formas de trabajo 2.6.5.4. Estrategia de seguridad, salud y bienestar en el trabajo
Privacidad del cliente	Garantizar la privacidad y buen uso de los datos de nuestros clientes en un entorno digital.	2.15.2. Privacidad
Inclusión digital	Inclusión digital: Disponer de productos y servicios asequibles para todos, incluso para los que tienen menos recursos o en situaciones especiales. Brecha digital: Compromiso para desplegar la red llegando a todas las personas, incluso en lugares remotos. Alfabetización mediática (incluye ICT y menores): Concienciación y formación a todos los colectivos para que puedan hacer uso de las nuevas tecnologías. Protección a los menores sobre el uso inadecuado de la tecnología, estableciendo los controles necesarios y concienciando sobre las ventajas y los peligros del uso de la tecnología.	2.7. Inclusión digital

Gestión de la cadena de suministro	<p><u>Relaciones éticas y justas con proveedores:</u> Disponer de términos y condiciones de pago que faciliten la sostenibilidad económica de sus proveedores.</p> <p><u>Gestión Responsable de la cadena de suministro y de compras:</u> Trabajar con proveedores que cumplan los estándares sociolaborales, incluyendo condiciones de seguridad y salud, jornada laboral y remuneración decente. Tener implementados estándares de ética, medioambiente y Derechos Humanos en los procesos de compra (ética, anticorrupción, medioambientales, etc.). Trabajar con proveedores que tengan en cuenta el cambio climático y reduzcan sus propias emisiones.</p>	2.16. Gestión responsable de la cadena de suministro
Prácticas laborales	<p><u>Atracción y retención del talento:</u> Preocupación por la adquisición, retención y desarrollo de talento.</p> <p><u>Remuneración justa:</u> Disponer de esquemas de remuneración justos y atractivos.</p> <p><u>Libertad de asociación y participación del empleado:</u> Promoción de la libertad sindical de los trabajadores y colaboradores.</p>	2.6. Capital humano
Ética empresarial	<p><u>Ética e integridad:</u> Cumplir con prácticas de negocio ético y responsable, incluyendo medidas contra la corrupción y el soborno. Promover un contenido audiovisual ético.</p> <p><u>Gobernanza, rendición de cuentas y cultura:</u> Transparencia y veracidad de la información, adecuada y accesible para todos los grupos de interés. Disponer de una relación transparente y equilibrada con el Gobierno/Administración. Diversidad en la composición del consejo de administración. Ofrecer información veraz y completa de sus acciones sociales y medioambientales.</p> <p><u>Inteligencia artificial:</u> Asegurar una debida diligencia en los sistemas que utilizan inteligencia artificial.</p>	2.11. Gobernanza y cultura de sostenibilidad 2.12. Ética y cumplimiento 2.9.4.2. Diseño Responsable/Principios éticos aplicados al diseño

Segundo nivel

Asunto material	Definición	Capítulo del Informe
Derechos humanos	Promover el respeto y promoción de los derechos humanos entre todos los grupos de interés (incluyendo la libertad de expresión, los nuevos derechos digitales y el uso ético de la inteligencia artificial). Disponer de los canales adecuados de consulta y reclamaciones. Fomentar el dialogo y la relación con grupos de interés para hacerles partícipes de la gestión (acciones orientadas para implicar a los principales agentes en nuestra gestión diaria, incluyendo alianzas, relaciones con medios, instituciones, entidades, inversores).	2.8. Derechos Humanos
Compromiso con los empleados, diversidad e inclusión	Promoción de la igualdad de género, la diversidad, la igualdad de oportunidades y la no discriminación. Actuar para prevenir y eliminar el acoso laboral. Tener presente el envejecimiento poblacional y su efecto en la empresa (por ejemplo, medidas para tratar a los empleados de más de 50 años).	2.6.5.2 Diversidad e inclusión
Gestión de residuos y materiales peligrosos	Economía circular, gestión y tratamiento de residuos, incluyendo equipos eléctricos y electrónicos. Reducir su impacto a través del ecodiseño, reutilización y reciclaje. Nuevos modelos de negocio basados en economía circular.	2.3. Economía circular
Cientes y marketing responsable	<p><u>Calidad:</u> Disponer de redes rápidas, buena cobertura y ancho de banda suficiente para los requerimientos de la sociedad actual...). Asegurar la estabilidad de la red y fiabilidad de los servicios (velocidad, conexión...).</p> <p><u>Transparencia:</u> Facturas claras. Mismo servicio y atención en todos los canales (que pueda hacer gestiones, solucionar problemas a través de cualquier canal).</p> <p><u>Atención al cliente:</u> Disponer de un servicio ajustado a necesidades de nuestros clientes, de buena calidad y con un precio adecuado. Disponer de canales de consulta y de gestión que hagan la atención ágil y fácil. Soluciones rápidas, eficaces y satisfactoria de las incidencias.</p> <p><u>Marketing responsable y sostenible:</u> Productos y servicios accesibles para todos (por ejemplo, personas con discapacidad, mayores).</p> <p><u>Publicidad responsable:</u> Publicidad responsable e inclusiva.</p>	2.12.5.5. Comunicación responsable 2.14. Clientes

Impactos físicos del cambio climático	Gestionar los riesgos y las oportunidades asociados a la exposición directa de los activos y operaciones que posee o controla la Compañía a los impactos físicos reales o potenciales del cambio climático. Captar los problemas medioambientales y sociales que pueden surgir de las interrupciones operativas debidas a los impactos físicos del cambio climático.	2.2.4. Riesgos y oportunidades (Energía y cambio climático)
Minerales en Conflicto	Trabajar con proveedores que no usen minerales de zonas en conflicto.	2.16.6.2. <i>Engagement</i> en 2021. Suministro responsable de minerales
Impactos ecológicos	<u>Biodiversidad</u> : Gestionar los impactos de la empresa en los ecosistemas y biodiversidad a través de actividades que incluyen, entre otras, el uso de la tierra para la explotación, la extracción, así como el desarrollo, la construcción y la ubicación de proyectos.	2.1.6.2. Red responsable y biodiversidad
Gestión del riesgo de incidentes críticos	<u>Respuesta ante situaciones de emergencia</u> : Disponer de un plan de actuación para mantener las comunicaciones ante situaciones de emergencia (desastres naturales o incidentes graves).	2.15.3. Seguridad
P&S Sostenibles (Incluye Eco Smart)	Ayudar a los clientes a aumentar su eficiencia energética y sostenibilidad a través de nuestros productos y servicios.	2.4. Digitalización y servicios Eco Smart 2.9. Responsabilidad en nuestros productos y servicios
Gestión de riesgos sistémicos	Gestión de la empresa a la hora de abordar los riesgos asociados a ESG que puedan incidir en la percepción de los grupos de interés.	3. Riesgos
Resiliencia del modelo de negocio	<u>Contribución económica local y crecimiento inclusivo</u> : Desarrollo de proveedores locales, en especial pymes, y compras locales. <u>Finanzas sostenibles</u> : Reporte de nuevos indicadores financieros en base a criterios de sostenibilidad, fomentar el crecimiento de actividades sostenibles, mantener una participación activa con todas las partes interesadas de los objetivos medioambientales y sociales que están en fase de desarrollo.	1.7. Finanzas sostenibles 2.5. Taxonomía europea de actividades sostenibles 2.10. Contribución e impacto en las comunidades

Tercer nivel

Asunto material	Definición	Capítulo del Informe
Calidad del aire	<u>Ruido</u> : Abordar la gestión de los impactos en la contaminación acústica derivada de la actividad de la Compañía. Reducir fuentes de emisión contaminantes (NOx, SOx, partículas, etcétera)	2.1.6.1. Gestión ambiental
Gestión del agua y aguas residuales	<u>Agua</u> : Abordar el uso y el consumo de agua, la generación de aguas residuales y otros impactos de las operaciones en los recursos hídricos. Gestión de tratamiento y la descarga de aguas residuales, incluida la contaminación de aguas subterráneas y acuíferos.	2.3.5.1. Ecoeficiencia interna. Agua
Seguridad del producto	<u>Seguridad y Salud de los P&S</u> : Diseñar de manera responsables en el desarrollo de sus productos y servicios, para una mayor salud de cara al cliente, (No generar adicción, que sea un producto seguro, etcétera) <u>Campos electromagnéticos</u> : Tener en consideración los posibles efectos de los campos electromagnéticos en la salud	2.9.4.1. Medidas para la seguridad y salud en nuestros productos y servicios

1.4.5. Diálogo continuo con grupos de interés

GRI 102-29

El diálogo continuo **forma parte de nuestro día a día** 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.

Desde 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:

Canales de comunicación con nuestros grupos de interés

Grupo de interés	Canal de diálogo	KPI de impacto	2020	2021
Clientes	Contact Center Movistar España (1004)	Clientes únicos atendidos (promedio anual)	1.057.968	805.126
	Canales digitales	Total de clientes ⁽¹⁾	2.824.683	2.774.565
Empleados	eNPS	Tasa de respuesta	78%	67%
	Workplace	Porcentaje de usuarios activos mensuales	80%	81%
Socios estratégicos proveedores	Consulta anual a grupos de interés	Nivel de confianza declarado	87 %	87 %
Accionistas e Inversores Institucionales	Junta General de Accionistas	Número de accionistas asistentes	65 (Telemática)	69 (Telemática)
	Actividades de <i>engagement</i>	Encuentros con accionistas minoritarios	3 encuentros virtuales	6 encuentros virtuales y 19 comunicaciones telemáticas (Revista trimestral, Newsletter mensual, comunicaciones Junta Accionistas y Call Center informativo)
		Roadshows (inversores institucionales)	13	13
		Conferencias (inversores institucionales)	12	18
		Accionistas minoritarios	3.290	7.000
		Inversores institucionales	614	600
Sociedad	Reputación	Cantidad de entrevistas realizadas <i>Reptrak</i>	42.017	22.166
	Redes sociales	Millones de <i>followers</i> de las cuentas exclusivas de @Telefonica (LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube y TikTok)	1,98	2,10
Entidades gubernamentales y reguladores	Reuniones con instituciones de la Unión Europea	Cantidad media de reuniones OTTS Telecoms	22,6 OTTS 6,8 Telecoms	OTTS: 14,4 Telecoms: 10,8
Líderes de opinión, medios y servicios de comunicación	Notas de prensa, entrevistas, convocatorias y atención a medios de comunicación	Gestiones de Comunicación (vs. 2018)	28.762 >proactividad comunicativa por la pandemia	31.063 - continuación pandemia (consultas teletrabajo, servicios remotos,...); operaciones corporativas (torres Telxius, cierre JV Reino Unido); recuperación eventos (MWC).

Nota:

⁽¹⁾Clientes de Telefónica España que contactan con nosotros a través de la web en cerrado y con la APP tras 'logarse'.

1.5. Estrategia

GRI 102-14

PUNTOS CLAVE



Aspiramos a ser una Compañía de crecimiento dentro del sector de las telecomunicaciones, garantizando la universalidad, la accesibilidad y la sostenibilidad de nuestro portafolio de productos y servicios.



Continuamos modernizando nuestra infraestructura para garantizar una mayor eficiencia ecológica en términos de emisiones, consumo de energía y economía circular.



Nuestro modelo es sostenible y, a largo plazo, genera valor para todos los *stakeholders* de la Compañía, incluyendo de forma expresa a nuestros clientes, la red de proveedores y nuestros empleados.

En la estrategia a largo plazo de Telefónica integramos los principales aspectos de la sostenibilidad para hacer frente a nuestra misión. Basados en nuestros Principios de Negocio Responsable y unas finanzas sostenibles, nuestros compromisos se traducen en crecimiento, eficiencia y valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés (*stakeholders*).

1.5.1. Crecimiento

Aspiramos a continuar siendo una **compañía de crecimiento** dentro de nuestro sector, apalancándonos en nuestros productos y servicios *core* (conectividad) para atender a una cantidad creciente de necesidades de nuestros clientes residenciales y empresariales que viene determinada por la aceleración del camino hacia la digitalización en todos los ámbitos de la sociedad. Esta aspiración determina el aumento en ingresos, con un claro impacto social y ambiental:

- En términos de impacto social, pretendemos garantizar la **universalidad** de nuestros servicios de conectividad, extendiendo su disponibilidad (principalmente, la banda ancha) hacia nuevas geografías y segmentos de población que tradicionalmente han quedado excluidos (por ejemplo, banda ancha rural). Junto a esos servicios de conectividad básica, en Telefónica desarrollamos ecosistemas digitales que permiten mejorar la vida de nuestros clientes y garantizarles el acceso a nuevas soluciones (por ejemplo, salud, educación, entretenimiento...).
- En términos ambientales, el **portafolio** de productos y servicios para el sector empresarial de Telefónica es decisivo para contribuir a la digitalización de nuestros clientes al mismo tiempo que reduce su huella ambiental. Aspiramos a garantizar que nuestras soluciones sean ecosostenibles para ayudarles a cumplir con sus objetivos de responsabilidad ambiental.

1.5.2. Eficiencia

La sostenibilidad a largo plazo para Telefónica implica un compromiso decidido por la mejora continua en nuestras operaciones tanto internas como en nuestra relación con los clientes. Esto nos permite ser un **operador cada día más eficiente**, que aprovecha la digitalización de todos los procesos de negocio para generar mayor valor:

- El despliegue de **nuevas redes** de última generación nos permite capturar costes por unidad de tráfico mucho menores. Además, las redes de ultrabanda ancha (fibra, 5G...) presentan eficiencias tangibles en términos de consumo energético y, por tanto, tienen un impacto claro sobre los objetivos de emisiones de la Compañía.
- Adicionalmente, en Telefónica aspiramos a optimizar la **utilización de nuestros activos**, una vez desplegados, generando un mayor retorno sobre las inversiones. Este aspecto incluye reducir el consumo energético, apostar por las fuentes de energía renovables, así como profundizar la circularidad de nuestros procesos y la reutilización de los equipos de cliente (*routers*, dispositivos móviles...).

1.5.3. Creación de valor a largo plazo

A largo plazo, en Telefónica estamos comprometidos con la **generación de valor para todos nuestros grupos de interés**. Este se construye sobre la confianza y la asunción de compromisos en aspectos como la relación con nuestros clientes, proveedores, la diversidad, la ética empresarial, la seguridad en el uso de nuestras redes, el uso responsable de la tecnología y, en general, un sólido gobierno corporativo:

- Queremos reforzar la relación con nuestros **clientes** a través de prácticas y comportamientos responsables que redunden en su confianza

- Más allá de nuestros propios objetivos a largo plazo, en Telefónica aspiramos a comprometer a nuestra **red de proveedores** con los mismos principios responsables, generando un entorno más sostenible dentro del sector de las telecomunicaciones.
- Adicionalmente, desde Telefónica reconocemos el valor para nuestros **empleados** de un entorno que respete la diversidad y permita el desarrollo personal y profesional. Con el fin de facilitar la conciliación laboral y aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías, hemos desarrollado e implantado nuevos modelos de trabajo remoto en toda la organización. Así, trabajamos para formar a todos nuestros empleados en las nuevas herramientas de trabajo y tecnologías y en atraer nuevo talento digital.
- Aseguramos la confianza de nuestros **inversores**, atendiendo sus principales demandas y proporcionando un retorno sólido
- Contribuimos al desarrollo económico y social de las **comunidades** en las que operamos, de forma muy vinculada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Beneficiamos a todos nuestros *stakeholders*



1.6. Organización

GRI 102-2, 103, 102-15

Telefónica decidió, en 2019, implementar una nueva estrategia de negocio, reforzando sus líneas de actuación y contemplando una fuerte visión a futuro. Hoy en día, se siguen tomando como referencia los cinco pilares estratégicos decididos entonces, con avances importantes que permiten desarrollar la estrategia de la nueva Telefónica. La **organización actual** de la Compañía continúa dando respuesta a estas prioridades estratégicas:

1.6.1. Foco en las cuatro operadoras clave (España, Alemania, Reino Unido y Brasil)

Telefónica mantiene su foco puesto en las cuatro operadoras en que presenta una fuerte posición en el mercado donde se encuentran y son sostenibles a largo plazo. Durante los dos últimos años, la Compañía ha avanzado en **mejorar y fortalecer la propuesta de valor** de la operadora en estos cuatro mercados:

- **Consolida su posición de liderazgo** en dos de sus mercados principales gracias a la aprobación regulatoria y puesta en marcha de la empresa Virgin Media O2 (VMED O2) en Reino Unido y la consolidación por parte de Vivo de los activos móviles de la operadora Oi en Brasil (aprobada por CADE el 9 de febrero de 2022).
- **Continúa mejorando su oferta en el segmento residencial** en busca de diferenciación respecto a sus competidores, ampliando su porfolio de servicios mediante el lanzamiento de ecosistemas digitales de seguridad, con Movistar Prosegur Alarmas en España, y de salud, de la mano de Teladoc en España y Brasil, entre otros.
- **Mantiene y fortalece su liderazgo en el despliegue de fibra.** En España, con 27 millones de Unidades Inmobiliarias (UUII) se posiciona como líder del mercado y se le reconoce como una de las redes más eficientes a nivel mundial, mientras que en Brasil continúa el despliegue acelerado de FTTH, llegando a los 19,6 millones de UUII a finales de año. Adicionalmente, VMED O2 fija un objetivo para 2028 de actualizar su red fija a FTTH y Alemania comienza el despliegue de red de fibra en zonas rurales y semi rurales con UGG, el nuevo vehículo de inversión.
- **Comienza a desplegar 5G de manera decidida** en sus principales mercados. En España, continúan los despliegues con Dynamic Spectrum Sharing (DSS) y la cobertura de 5G supera ya el 80% de la población. En Reino Unido, más de 180 ciudades tienen cobertura y en Alemania estudios externos sitúan a O2 como líder en calidad 5G.

Cara a garantizar el futuro del 5G, Telefónica refuerza su posición en espectro, con su participación con éxito en relevantes subastas durante 2021 en España, Reino Unido y Brasil, consiguiendo frecuencias clave para el despliegue.

1.6.2. Telefónica Tech, unidad global digital B2B

La unidad global digital, Telefónica Tech, continúa con el objetivo de **capturar crecimiento** en el mercado de los servicios digitales profesionales para completar la oferta de conectividad a clientes corporativos. Telefónica Tech engloba en dos negocios operativos los cuatro servicios ofertados desde el comienzo de su actividad (ciberseguridad/cloud e *Internet of Things* (IoT)/*big data*).

El negocio de ciberseguridad y *cloud* mantiene el foco puesto en la ampliación de sus capacidades y **servicios de mayor valor añadido** para nuestros clientes, centrándose en ofrecer una mayor oferta de servicios gestionados avanzados a sus clientes. Por otra parte, el negocio de IoT y *big data* ha definido un *portfolio* completo de soluciones y continúa centrado en ganar escala en los mercados donde opera.

Telefónica Tech mantiene el objetivo de adquirir capacidades para el crecimiento en servicios gestionados para nuestros clientes:

- La Compañía continúa creciendo de manera inorgánica. Fortalece la propuesta de valor para el sector corporativo (grandes empresas y pymes incluidas) con adquisiciones de empresas líderes en el mercado como Cancom UK, Altostratus y Geprom.
- En paralelo, TTech continúa desarrollando una completa red de *partners*, que llevan consigo el crecimiento de la cartera de soluciones innovadoras. Esa red incluye a algunos de los principales jugadores mundiales en los servicios *cloud* y ciberseguridad (Google, AWS, Microsoft, Cisco, IBM, Fortinet...).

1.6.3. Telefónica Infra, negocio de infraestructura global

El principal objetivo de Telefónica Infra es **el desarrollo y la puesta en valor de la infraestructura** de la Compañía, aprovechando el apetito inversor en el mercado, mediante una estructura abierta a la participación de terceros.

En agosto de 2021, Telefónica Infra completó la venta de la división de torres de telecomunicaciones de Telxius a American Tower Corporation, reduciendo así la deuda financiera del Grupo.

Durante la primera mitad de 2021 se ha llevado a cabo la puesta en marcha y operación de los vehículos de fibra en Brasil y Alemania. FiBrasil tiene como objetivo superar 6 millones de UUII en 4 años y UGG, en Alemania, busca desplegar más de 2 millones de hogares con FTTH (fibra óptica hasta el hogar) en zonas rurales y semirurales en el país en los próximos seis años. Ambos vehículos tienen como objetivo impulsar la penetración de accesos de alta calidad y de última generación FTTH y el crecimiento de Telefónica.

En referencia al negocio de los centros de datos, Telefónica Infra llegó a un acuerdo para la aportación a Nabiax de cuatro centros de datos adicionales propiedad del Grupo Telefónica (dos de ellos situados en España y dos en Chile). A cambio de la aportación de estos cuatro centros de datos, T. Infra recibiría una participación del 20% en el capital de Nabiax, empresa que opera 11 centros de datos adquiridos de Telefónica, gracias a un acuerdo firmado con el fondo de inversión de infraestructuras Asterion Industrial Partners. A cierre del ejercicio 2021, la participación era de 13.94% (Una vez cumplidas las condiciones relativas a la aportación de los dos centros de datos ubicados en Chile y ejecutada la misma, la participación de T. Infra en Nabiax alcanzará el 20%).

Asimismo, Telefónica Infra refuerza su liderazgo ampliando sus capacidades gracias al despliegue de nuevos cables internacionales conectando Estados Unidos y Europa (en colaboración con líderes del mercado como Google o Facebook) y ampliando la capacidad de sus cables en Latinoamérica.

1.6.4. Reducción de la exposición del grupo a Telefónica Hispanoamérica

La Compañía continúa modulando su exposición a las economías de Hispanoamérica, optimizando los activos que crean oportunidades de crecimiento en la región. Durante el año, Telefónica Hispanoamérica ha optimizado el capital empleado en las operaciones regionales, a la vez que ha incrementado la proporción de la deuda en moneda local, para adaptarse mejor a las fluctuaciones en los tipos de cambio. Además, durante el ejercicio, la Compañía ha cerrado la venta de sus operaciones en Costa Rica y, ya en enero de 2022, en El Salvador.

Con el fin de aprovechar las oportunidades de crecimiento a futuro, Telefónica Hispanoamérica amplía sus relaciones con el fondo de inversión de infraestructuras KKR para la participación del 60% de este en los vehículos de infra y fibra en Chile y Colombia respectivamente. Paralelamente se llevan a cabo nuevas alianzas que optimizan la oportunidad de las operaciones en la región con el foco puesto en los servicios digitales,

destacando en Colombia la colaboración con su principal socio en alarmas, Prosegur, y, en México, la que existe con el Banco Sabadell para la prestación de servicios financieros.

1.6.5. Simplificación y digitalización del modelo operativo

El grupo Telefónica continúa apoyándose en la **digitalización y automatización de sus procesos operativos** para aumentar la eficiencia y ofrecer servicios más ágiles y transparentes que redunden en una mayor calidad para sus clientes.

En Telefónica continuamos siendo un referente para la innovación en el sector de telecomunicaciones en los países donde operamos. En Europa lideramos junto a los principales operadores del continente la evolución a arquitecturas radio abiertas (Open-RAN). Además, continuamos fortaleciendo nuestro ecosistema de Start-ups (Wayra) junto con Telefónica Ventures. En 2021, anunciamos la creación de un nuevo Hub de innovación y talento en Madrid con una inversión esperada de unos 100 millones de euros hasta 2024.

1.7. Finanzas sostenibles

PUNTOS CLAVE

- ✓ La demanda de finanzas sostenibles está en auge, en los mercados tanto de renta fija como variable.
- ✓ Telefónica es el mayor emisor de bonos sostenibles del sector (3.250 millones de euros) y cuenta con un total de 4.100 millones en deuda sostenible (al cierre de 2021). Nuestro objetivo es superar los 10.000 millones.
- ✓ La presencia de accionistas con criterios ESG en la Compañía se ha incrementado notablemente en los últimos años.

1.7.1. Contexto

El nuevo contexto internacional ha puesto de manifiesto que los retos sociales y ambientales a los que nos enfrentamos necesitan de cantidades de inversión y financiación muy elevadas, de una apuesta a largo plazo y de un compromiso por parte de los sectores público y privado.

Conscientes de la situación actual del planeta, son muchos los inversores que están incrementando la relevancia de los **factores ESG** en la toma de decisiones. Según Global Sustainable Investment Alliance, los activos de inversión ESG en renta variable se estimaron en 35,3 billones de dólares a nivel mundial en 2020 y se prevé que crezcan hasta los 50 billones de dólares americanos en 2025. Básicamente, más de un tercio de todos los activos gestionados estarán vinculados a la sostenibilidad.

También se está reflejando este incremento de interés respecto a la financiación ESG en los mercados de capitales. El volumen de emisiones sostenibles en el 2021 ascendió a 945 mil millones de dólares estadounidenses equivalentes, con un incremento del 69% respecto al 2020, siendo el año récord y llevando el volumen total de bonos sostenibles vivos por encima de 2 billones, según Citi.

En Telefónica somos parte de **la solución** a los retos ambientales y sociales que enfrenta la sociedad y llevamos muchos años trabajando en una transformación interna que intenta alinear la sostenibilidad ambiental y social con la financiera. Por ejemplo, somos el **mayor emisor sostenible** del sector telecomunicaciones en el mercado de bonos, tanto en volumen como en número y en diversificación de emisiones (bonos senior verde, instrumentos híbridos verdes o sostenibles...). Seguimos trabajando para ampliar en nuestro modelo de financiación los criterios ESG de manera continua y queremos conseguir que las finanzas sostenibles sean una de las principales herramientas de nuestros instrumentos financieros.

En Telefónica estamos implementando la taxonomía europea de finanzas sostenibles. El **sector TIC** es uno de los seis sectores identificados por su contribución sustancial a la mitigación y adaptación del cambio climático y por tanto uno de los sectores llamados a transformarse para ayudar a conseguir los **objetivos climáticos** del continente europeo.



[Ir al capítulo 2.5. Taxonomía europea de actividades sostenibles](#)

Pero nuestro compromiso por alinear la sostenibilidad económica con la social y ambiental va más allá del uso de determinados instrumentos de financiación o del *due diligence* de nuevos Marcos de Financiación Sostenible regulatorios. Son muchos los proyectos, los acuerdos y las operaciones diarias en las que los criterios ESG se suman a los financieros.

Estamos definiendo los mecanismos de implementación de un precio interno al carbono para ayudar en la senda hacia las cero emisiones netas, participamos con el Banco Interamericano de Desarrollo en una iniciativa para promover la transformación digital inclusiva en países de América Latina y el Caribe; colaboramos activamente en la elaboración de propuestas de digitalización y sostenibilidad para dar respuesta a las necesidades de los fondos 'NextGenerationEU' y trabajamos para tener una integración holística de criterios ESG en las operaciones de M&A. Todas estas iniciativas nos ayudan a incluir los aspectos ESG como un *driver* más en cualquier decisión que pueda resultar en una inversión propia o de terceros y **generar conciencia** de la importancia de los aspectos ambientales y sociales de forma transversal en todos los ámbitos del negocio.

1.7.2. Estrategia de finanzas sostenibles.

En Telefónica queremos aprovechar la oportunidad que nos brindan las finanzas sostenibles para alcanzar nuestros compromisos con la sociedad y el planeta. Para ello contamos con una estrategia que nos permite:

- **Emplear la deuda como instrumento financiero** para apoyar la estrategia sostenible del negocio.
- **Atraer a inversores** que inviertan en compañías alineadas con criterios ESG.

Además, **las finanzas sostenibles** nos ofrecen nuevas oportunidades de interacción con nuestros socios e inversores:

- Nos dan la posibilidad de **visibilizar** mejor la transformación de Telefónica, desde hace años, para ser una compañía más sostenible.
- Nos permiten **interactuar con inversores** que integran aspectos ESG en su toma de decisiones y plantean objetivos centrados en el largo plazo.
- Los instrumentos financieros apalancados en criterios ESG como bonos, instrumentos híbridos y financiación bancaria, nos dan la **oportunidad** de analizar una nueva demanda en los mercados, de mejorar las condiciones de rentabilidad y de captar nuevas oportunidades de negocio y nos señalan como un socio fundamental en el camino hacia la **descarbonización** de muchas actividades.

1.7.3. Inversión Sostenible y Responsable (ISR)

La capacidad de **atraer capital sostenible y responsable** es importante para Telefónica porque refleja el impacto positivo de nuestras operaciones más allá de la pura rentabilidad financiera y porque supone un reto constante para mantener nuestras iniciativas, proyectos y procesos en constante alineamiento y desarrollo con criterios sociales, medioambientales y de gobernanza.

El desempeño en criterios ESG es un factor cada vez más importante en la toma de decisiones de inversores institucionales, en particular gestores de fondos de inversión, *proxy advisors* y actores del mundo financiero. La repercusión creciente de estas materias para analistas e inversores supone una oportunidad relevante para poner en valor el elevado desempeño de Telefónica y también para evaluar el **alineamiento de nuestras prioridades** con aquellas que más aprecian nuestros inversores.

Las estrategias de inversión son muy variadas y dependen mucho de los compromisos, políticas, preocupaciones y motivaciones de los diferentes inversores institucionales y de cuáles son sus **objetivos sociales, ambientales y de gobernanza**. Desde Telefónica trabajamos de forma robusta y coherente en

todas las materias ESG con el objetivo de alcanzar resultados óptimos que se reflejen en los sistemas de valoración y evaluación de terceros, y por consiguiente, en nuestra capacidad para atraer capital socialmente responsable. La mejora continua, la capacidad de adaptación y el elevado nivel de resiliencia nos ayudan a alinearnos con las necesidades y objetivos de analistas e inversores.

Uno de los pilares fundamentales en nuestra estrategia de comunicación ESG con los mercados financieros – aparte de la relación con inversores institucionales y analistas financieros– es el de la comunicación proactiva con los **proveedores de información ESG**. Estos analistas procesan y evalúan nuestro desempeño ESG y facilitan esta información y sus calificaciones a sus clientes, los inversores institucionales. Existe mucha diversidad en sus criterios y ponderaciones a la hora de evaluar nuestro desempeño. Todo ello hace que la tarea proactiva de verificar la información y calificaciones incluidas en sus análisis del desempeño de nuestra compañía nos brinde la oportunidad de dar nuestro *feedback* y hacer que la información que distribuyen a los inversores sea de la mayor fiabilidad posible. Al mismo tiempo, nos permite seguir mejorando nuestras calificaciones ESG y pertenencia en prestigiosos índices como el S&P Dow Jones Sustainability Index.

Más allá de nuestras constantes interacciones con analistas ESG, nuestra comunicación ESG con los mercados financieros prioriza el hacer llegar a los **inversores institucionales** nuestra estrategia, desempeño de sostenibilidad y gobernanza, poniendo en valor el papel de Telefónica como facilitador de la transición energética y nuestra ambición de liderazgo en las demás áreas de impacto medioambiental y social, así como en nuestra gestión de buen gobierno.

Al mismo tiempo, este fructífero diálogo con inversores sostenibles y responsables nos aporta su visión y sus expectativas en materia ESG, las cuales son escuchadas atentamente por nuestra dirección de la Compañía, impactando de un modo positivo en nuestra estrategia y desempeño a largo plazo.

> Progreso en 2021

Inversión Sostenible y Responsable (ISR)

Los inversores sostenibles y responsables toman en consideración, entre otros criterios, el desempeño de las compañías en aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza, y los tienen en cuenta en sus estrategias de inversión. La presencia de **inversores ISR** en el accionariado de Telefónica confirma la importancia de los factores ESG en los procesos de inversión y, por tanto, la captación de inversores que utilizan criterios sostenibles en nuestro accionariado.

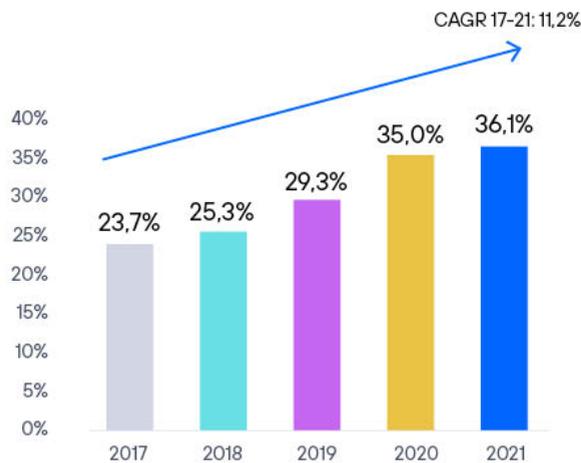
Este indicador evidencia la proporción de acciones de Telefónica detenidas por **dos categorías principales de inversores ISR**: aquellos inversores institucionales con

procesos avanzados de integración en aspectos ESG y los fondos temáticos ESG (fondos de inversión centrados en soluciones al cambio climático, fondos éticos, etcétera).

De acuerdo con un estudio elaborado por Leaders Arena, el porcentaje de inversores institucionales que siguen criterios ESG ha aumentado de un modo constante desde 2017.

Porcentaje de Acciones Integrando Criterios ESG

Sobre el total gestionado por inversores institucionales en Telefónica



Fuente: información pública sobre titularidad de acciones por inversores institucionales en Telefónica según FactSet. Análisis de Leaders Arena del porcentaje de inversión con criterios ESG.

El estudio se completó utilizando datos, a cierre de 31 de diciembre de 2021, mediante un análisis de titularidad de acciones gestionadas en Telefónica por inversores institucionales bajo criterios ESG de acuerdo con información pública y según la metodología desarrollada por Leaders Arena.

Esta metodología toma como base criterios efectivos de integración de aspectos ESG en la gestión de carteras de los inversores institucionales y sus programas de *active ownership* a través de información que estos publican sobre sus criterios de inversión de acuerdo con principios ESG establecidos y a las políticas de diálogo con compañías donde invierten y de voto en sus Juntas Generales de Accionistas consistentes con estos mismos criterios.

A finales de 2021, este porcentaje alcanzaba un 36,1%, medido sobre el total de acciones de Telefónica gestionadas por inversores institucionales y declaradas públicamente por estos mismos. Así, se confirma el atractivo de Telefónica en un contexto general de crecimiento del mercado ESG.

1.7.4. Herramientas de financiación

La financiación sostenible se alza como una **herramienta fundamental** para apoyar la transformación de nuestra economía nuestro negocio a través de la financiación de proyectos con impacto positivo social y/o medioambiental.

Histórico de emisiones de deuda sostenible



*Tipo de cambio aplicado en el momento de la concesión

El histórico de nuestra financiación ha evidenciado que este tipo de instrumentos financieros viene acompañado por una acogida muy positiva por parte de los mercados.

Cabe destacar que hemos sido el **primer emisor del sector de bonos senior verdes y de instrumentos híbridos (verdes y sostenibles)**. Los fondos obtenidos se han destinado a proyectos medioambientales centrados en la transformación de nuestra red de cobre a fibra, más eficiente y con menos averías; al despliegue y mejora de la conectividad móvil en zonas rurales y al fomento del emprendimiento y la generación de empleo a través de la inversión en *startups*. Nuestra intención es seguir aprovechando las oportunidades que nos ofrece este modelo de financiación.

Además de bonos senior verdes y de instrumentos híbridos, empleamos otras herramientas de financiación sostenible bancaria como son los **préstamos y créditos ligados a objetivos de sostenibilidad** que nos permiten seguir avanzando con paso firme en objetivos corporativos tan relevantes como la reducción de emisiones o la igualdad de género.

La emisión de los bonos y de instrumentos híbridos (verdes y sostenibles) viene respaldada por nuestro Marco de Financiación Sostenible, verificado por un agente externo independiente, en nuestro caso Sustainalytics, y que establece un marco de actuación que alinea la estrategia de financiación con la de sostenibilidad.

Estas herramientas de financiación sostenible –bono, instrumentos híbridos y financiación bancaria– están tomando cada vez más relevancia en la articulación de la deuda corporativa del Grupo y están llamadas a convertirse en una de las herramientas principales de los instrumentos financieros y de los flujos de inversión privada.

Cabe destacar que a cierre de 2021 contamos con un **porcentaje de financiación sostenible en el grupo de entre un 5% y un 10%** y la intención es seguir reforzando este nuevo esquema de financiación y **superar los 10.000 millones de euros** en los próximos años destinados a iniciativas con impacto social y ambiental.

Nuestra estrategia para alcanzar este volumen de financiación ESG tiene en consideración el entorno regulatorio y el papel fundamental que juega toda la **nueva normativa en desarrollo** dentro del marco del plan de finanzas sostenibles de la Unión Europea y muy especialmente el reglamento de taxonomía y los actos delegados.

En Telefónica participamos de forma activa en el desarrollo de toda la legislación necesaria, colaborando con asociaciones sectoriales y con organismos públicos por un lado y, por otro, aportando una **visión técnica** (por el conocimiento del negocio que tenemos) y estratégica (por la experiencia en el uso de las finanzas sostenibles)

para promover la transparencia y dar a conocer el impacto ESG de nuestro negocio al mundo inversor.

Los nuevos requisitos de reporte taxonómico se desarrollan en un capítulo específico donde se pueden ver los datos de elegibilidad taxonómica.



[Ir al capítulo 2.5. Taxonomía de actividades sostenibles](#)

> Progreso en 2021

Deuda Financiera

Tras las emisiones de instrumentos híbridos de este año, seguimos siendo la empresa del sector de las telecomunicaciones que más fondos ha captado a través de este modelo de financiación sostenible. En 2021 hemos alcanzado la cifra de 3.250 millones de euros a nivel Grupo en bonos sostenibles y 930 millones de euros en préstamos sostenibles vinculados, lo que demuestra la creciente inquietud de nuestros inversores por los aspectos ESG.

En 2021 volvimos a ser pioneros **con la emisión del primer instrumento híbrido sostenible del sector de las telecomunicaciones**. Enmarcado en nuestro **nuevo Marco de Financiación Sostenible** publicado ese mismo año, se trata de un bono híbrido por valor de 1.000 millones de euros que incorporó la financiación de proyectos sociales.

Asimismo, a finales de 2021 emitimos un segundo bono híbrido sostenible por volumen de 750 millones de euros y con la misma estructura en cuanto al uso de fondos: proyectos con impacto positivo ambiental y social en España, Alemania y Brasil. Los ambientales se centrarán en continuar la transformación de la red, sustituyendo el cobre por fibra, más eficiente energéticamente y con menos averías. El despliegue de fibra ha posibilitado el cierre de centrales de cobre, la reutilización de muchos equipos y reciclado de todo el material como parte de nuestro compromiso con la economía circular y ha permitido ahorrar 25,3 GWh entre 2019 y 2020.

Por otro lado, los proyectos sociales se centrarán principalmente en llevar la conectividad móvil de banda ancha a áreas no conectadas y/o con conexión deficiente en zonas rurales y en impulsar el emprendimiento, las *startups* y las pymes a través de iniciativas de Open Innovation que favorezcan el desarrollo económico y la creación de empleo. Gracias a la emisión del primer instrumento híbrido, se ha contribuido a la reducción de la brecha digital en más de 4.500 zonas rurales y se han creado en torno a 570 empleos a través de las iniciativas de innovación abierta.

Además, a nivel local, tras un primer crédito sindicado sostenible de Telefónica Alemania en 2019 ligado al desempeño de un rating ESG, en 2021 Telefónica Colombia firmó tres préstamos sostenibles vinculados a objetivos ambientales, de diversidad de género –impulso de mujeres directivas– y formación a empleados.

Emisiones sostenibles: uso e impacto de los fondos

> MEDIOAMBIENTE

Proyectos		
Eficiencia energética de la infraestructura de red	Energía renovable	Soluciones digitales para el medioambiente
Principales temáticas		
Despliegue de red más eficiente: fibra	Uso de fuentes energéticas más respetuosas	Eficiencia energética
Impactos ¹		
+100 mil tCO ₂ evitadas		
+400 mil MWh de energía ahorrada		
- 69% Consumo de energía/tráfico (MWh/PB) en red fija en España		

> SOCIEDAD

Proyectos	
Despliegue de banda ancha (BAM) en zonas desconectadas	Apoyo al empleo y el emprendimiento
Principales temáticas	
Conectividad móvil en zonas rurales	Creación de empresas
Reducción brecha digital	Generación de empleo
Impactos ²	
+4.500 zonas rurales con BAM	57 empresas invertidas a través de <i>Open Innovation</i>
+47M beneficiarios del despliegue de BAM en zonas rurales	570 empleos generados

Datos contemplados:

- 1.- Impactos ambientales acumulados de los tres primeros bonos emitidos: dos verdes y uno sostenible
- 2.- Impactos sociales del primer bono sostenible emitido

En cuanto a la financiación bancaria sostenible, a principios de 2022 se llevó a cabo, a nivel corporativo la conversión del principal crédito sindicado del Grupo Telefónica de convencional a sostenible por 5.500 millones de euros. El crédito se ligó a objetivos de sostenibilidad como la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y al incremento de mujeres en puestos ejecutivos, validado por Sustainalytics y acorde con nuestro primer **Marco de Financiación Sostenible Corporativo de Préstamos Sostenibles** (*Telefónica's SDG Framework*).

Para más información sobre financiación sostenible visita la web de Telefónica / accionistas-inversores / rating / Marco de Financiación sostenible.

Por último, cabe destacar que, tras finalizar en junio de 2021 la integración de Telefónica y Liberty Global (con O2 y Virgin Media como filiales en Reino Unido), se publicó el **Marco de Bonos Verdes de Virgin Media O2 Joint Venture** -validado por Sustainalytics- que persigue fomentar proyectos de eficiencia energética, el uso de energías renovables, el impulso de la economía circular o el uso de un transporte limpio con la utilización de vehículos eléctricos o híbridos. En base a dicho Marco de Financiación Sostenible, en junio de 2021 se realizaron varias emisiones en libras y dólares americanos por un importe agregado cercano a los 2.000 millones de euros equivalentes, cuyo destino es la financiación de proyectos verdes como el despliegue de redes de fibra y el suministro de electricidad renovable para alimentar su red. Estas emisiones ponen de manifiesto el firme compromiso de Virgin Media O2 de lograr cero neto (Alcances 1 y 2) para 2025.

1.8. Principales magnitudes y presencia

GRI 102-2, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7

Telefónica es el resultado de una historia de más de 95 años de anticipación y transformación.

Los servicios de comunicación son cada vez más importantes y la sociedad cada vez más exigente. Como consecuencia, respondemos a esta demanda social desarrollando de manera eficiente una infraestructura de telecomunicaciones que es básica para el progreso a largo plazo.

Pensamos que son las personas las que dan sentido a la tecnología y no al revés. Por ello, ofrecemos conexiones que unen a las personas; conexiones que les permiten expresarse, compartir y mejorar su calidad de vida.

Aspiramos a digitalizar a toda la sociedad, sin dejar a nadie atrás, alineándonos así de manera natural con la Agenda 2030 de Naciones Unidas, que destaca el papel clave de la tecnología, la innovación y las comunicaciones para abordar los grandes retos de la humanidad.

Creemos que trabajando de una manera colaborativa, amable y transparente se consiguen las mejores soluciones. Somos una organización abierta donde todo el mundo cuenta. 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.

Somos una compañía privada, que durante 2021 operó en 14 países y contó con presencia en 33, lo que han supuesto 369 millones de accesos en todo el mundo.

1.8.1. Resultados consolidados

Principales indicadores financieros⁽¹⁾

Millones de euros	2021	Crecimiento anual orgánico
Ingresos	39.277	2,0 %
OIBDA	21.983	1,4 %
CapEx	7.267	10,3 %
OIBDA-CapEx	14.716	-4,4 %

> Indicadores clave

Ingresos

2021	Ingresos por segmento (millones de euros)
Telefónica España	12.417
Telefónica Alemania	7.765
Telefónica Reino Unido ⁽¹⁾	2.628
Telefónica Brasil	6.910
Telefónica Hispam	8.362

Nota: ⁽¹⁾Cubre los resultados financieros entre enero y mayo de 2021 de Telefónica Reino Unido hasta la constitución de la *joint venture*.

Accesos

2021	Accesos en total (miles)
Telefónica España	40.135
Telefónica Alemania	50.219
Reino Unido ⁽¹⁾	55.988
Telefónica Brasil	98.854
Telefónica Hispam	110.415

Nota: ⁽¹⁾Se considera VMED O2.

Millones de euros	2021	Crecimiento anual reportado
Deuda financiera neta	26.032	-26,1%
Flujo de Caja Libre	2.648	-44,8%

Nota: ⁽¹⁾Los resultados consolidados del grupo incluyen los resultados entre enero y mayo de 2021 de Telefónica Reino Unido hasta la constitución de la *joint venture*.

1.8.2. Evolución de la acción

Telefónica en bolsa 2021

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



Datos acción

Cierre (€)	3,85
Máximo 52 semanas	4,31
Mínimo 52 semanas	3,25
Volumen medio diario (mill. Acciones; BME)	18,1
Número acciones (millones)	5.779
Capitalización (millones de €)	22.261

Recomendaciones analistas¹

Comprar	44%
Mantener	42%
Vender	14%

Presencia en bolsas

Madrid
Nueva York (ADR)
Lima (ADS)

1. Bloomberg; 31/12/2021

Remuneración / Rentabilidad total al accionista

0,3€/acción

- 0,15€ /acción diciembre 2021
- 0,15€/ acción junio 2022
- Pagados en 2021; "Dividendo Flexible Voluntario"
- 0,2€/accion junio y 0,15€/accion diciembre

RTA 2021: +29,6%

Precio Objetivo¹

4,52
€/acción

Ratings crediticios

Moody's	Baa3
Fitch	BBB
S&P	BBB-

Número de accionistas

1,2
millones

Participaciones significativas

BBVA	4,99%
CaixaBank	4,49%
BlackRock	4,48%

Los mercados globales cerraron al alza en 2021, con el índice MSCI World subiendo un +20,1%. En Estados Unidos, los principales índices alcanzaron máximos históricos a finales del cuarto trimestre, revalorizándose un +26,9% el S&P, +21,4% el Nasdaq y +18,7% el Dow Jones en el año. Entre los principales mercados de Europa (ESTOXX-50 +21,0%), el CAC-40 obtuvo la mayor rentabilidad (+28,9%) seguido del DAX (+15,7%) y

FTSE-100 (+14,3%), mientras que el Ibex-35 registró un peor comportamiento relativo (+7,9%).

La evolución de los mercados durante el año estuvo marcada por la evolución de la pandemia del COVID-19 y la reacción de los Gobiernos, el ritmo de recuperación y perspectivas de la actividad económica global, las tensiones en las cadenas de suministros y en la inflación, el grado de endurecimiento monetario por parte de los bancos centrales, así como la escalada de tensión entre

Estados Unidos y China. En este sentido, en la primera mitad del año los principales mercados se revalorizaron más que en la segunda mitad, doble dígito frente a un solo dígito, favoreciendo primero los sectores defensivos y *value* y más tarde los sectores de crecimiento y ciclo. En general se observaron bajos volúmenes de negociación y predominio de movimientos cortoplacistas, sin haber una dirección clara de mercado en muchos momentos del año. De cara a 2022, las preocupaciones se siguen centrando en la evolución de la pandemia y sus efectos en el crecimiento económico, el impacto en la economía por el endurecimiento de las políticas monetarias por los principales bancos centrales, el impacto y duración de los niveles actuales de la inflación y la capacidad para solventar los problemas en las cadenas de suministro.

Si bien el comportamiento del sector de telecomunicaciones durante el primer trimestre del año fue superior al mercado (+12% para el DJ Telco frente a un +8% para el Euro Stoxx 600), esta tendencia se revirtió en los siguientes trimestres, hasta cerrar en el año en +11,8% el DJ Telco vs. +22,2% el Euro Stoxx 600. A pesar de que el sector ha demostrado ser esencial para la sociedad y la economía, se ha visto impactado por (i) la rotación sectorial de los mercados; (ii) las expectativas de incremento de la inversión en espectro y nuevas tecnologías; (iii) el elevado nivel de endeudamiento; (iv) la falta de crecimiento; (v) la elevada competencia en determinados mercados; (vi) el entorno regulatorio complejo, a pesar de producirse diversos signos positivos en este ámbito durante el año; y (vii) la exposición al roaming, no recuperado hasta niveles previos a la pandemia. Sin embargo, en el 2021 el sector tuvo su mejor comportamiento absoluto tras el 2015, con mayores revisiones al alza en estimaciones y un volumen de noticias sobre fusiones y adquisiciones récord, respaldado por las mayores valoraciones asignadas por los mercados privados, junto con rumores de consolidación en diversos mercados.

Gracias a la solidez del modelo de negocio de Telefónica y a la ejecución de la estrategia, con la consecución de grandes hitos como la creación de la *joint venture* VMED O2 en Reino Unido y la venta de torres de Telxius, la acción de Telefónica cerró 2021 en 3,85 euros por acción, +18,7% en el año, con una rentabilidad total para el accionista del +29,6%. Telefónica presentó un mayor crecimiento orgánico durante el ejercicio, con una asignación de capital más eficiente y redujo la deuda financiera neta significativamente, simplificando y digitalizando el modelo operativo, reduciendo la complejidad.

Respecto al pago de dividendo, en el año 2021 y bajo la modalidad de dividendo flexible voluntario, se pagaron 0,35 euros por acción (0,20 euros por acción en junio y 0,15 euros por acción en diciembre). La política de remuneración al accionista consistió en un dividendo de 0,3 euros por acción, 0,15 euros por acción pagados en diciembre de 2021 y 0,15 euros por acción que se

pagarán en junio de 2022. De este modo, la rentabilidad por dividendo del ejercicio se situó en el 7,8%.

Así, Telefónica, cerró el ejercicio 2021 con una capitalización bursátil de 22.261 millones de euros, situándose como la compañía número 29 del ranking del sector de telecomunicaciones a nivel mundial.

1.8.3. Avanzando hacia un mundo más sostenible

GRI 102-4, 204-1

> Redes: nuestra conectividad

La conectividad es el primer requisito para acceder al mundo digital y en Telefónica trabajamos permanentemente en la construcción y mantenimiento de una red a prueba de futuro, fiable, resiliente y segura.

La crisis del COVID-19 ha puesto a prueba la robustez y estabilidad de nuestra red, que ha soportado un aumento del tráfico de datos superior al 50% en 2020, y un aumento del 40% en la red fija y móvil en 2021 sin saturación y una disponibilidad superior al 99,9%.



[Ir al capítulo 2.9. Responsabilidad en nuestros productos y servicios](#)

Tenemos una red flexible y eficiente gracias a una gestión cada vez más automatizada y que evoluciona hacia el concepto *zero-touch*. Y, además, una red más sostenible, alimentada por fuentes renovables, que ha conseguido reducir el consumo energético un 7,2 % desde 2015 a pesar de que el tráfico gestionado desde entonces ha aumentado 6,7 veces.

En 2021 hemos continuado apostando por la conectividad inclusiva, mediante la extensión de nuestras infraestructuras de telecomunicaciones y el desarrollo de nuevas tecnologías para acercar la conectividad y los servicios digitales a todos. En este sentido, nuestras redes móviles LTE alcanzan una penetración del 90 % y contamos con más de 22 millones de accesos de ultra banda ancha (un crecimiento del 46% sobre el año anterior).

Telefónica está comprometida con el futuro y por eso hemos encendido la tecnología 5G en nuestros principales mercados. El 5G no es sólo una nueva generación de telefonía móvil, es una revolución, por sus aplicaciones prácticas para todos los sectores y porque permite ampliar la cobertura de ultra banda ancha. Además, la tecnología 5G es más eficiente, hasta un 90% más que la 4G por unidad de tráfico.

Penetración LTE

	2020	2021	Variación interanual
España	88,4 %	91,6 %	3,2 pp
Reino Unido	93,0 %	91,5 %	-1,5 pp
Alemania	94,9 %	98,9 %	4,0 pp
Brasil	78,6 %	85,1 %	6,5 pp
Argentina	85,0 %	89,2 %	4,2 pp
Perú	86,8 %	91,3 %	4,5 pp
Chile	88,7 %	91,8 %	3,1 pp
Colombia	75,5 %	83,1 %	7,6 pp
México	70,4 %	79,7 %	9,3 pp
Total	85,2 %	89,6 %	4,4 pp

Accesos de UBB (Miles)

	2020	2021	Variación interanual
España	4.614	4.848	5 %
Alemania	1.798	1.857	3 %
Brasil	5.084	5.535	9 %
Hispan	3.695	4.432	20 %
Total	15.213	22.282	46 %

> La confianza de los clientes

Desde 2018, seguimos y reportamos el *Net Promoter Score* (NPS), como indicador de **recomendación de nuestros productos y servicios** y realizamos el cálculo del NPS Global del Grupo en base a los resultados obtenidos en cada una de las operaciones. Este año 2021, el cálculo global se ha realizado en base a los resultados obtenidos en España, Alemania, Brasil y la región de Hispan.



[Ir al capítulo 2.14. Clientes](#)

En 2021 cerramos el ejercicio con un resultado de 27%, **4 puntos por encima** del dato del año pasado y superamos el objetivo anual gracias a la evolución positiva en Brasil y de forma más significativa en España, mientras que Alemania cierra el año 2021 mostrando signos de recuperación.

NPS Grupo Telefónica⁽¹⁾

	2020 ⁽²⁾	2021
	23	27

Nota:

⁽¹⁾ Incluye España, Alemania, Brasil e Hispan (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela).

⁽²⁾ Dato de 2020 recalculado a efectos de comparabilidad.

> Responsables con el medioambiente

Ser conscientes de nuestro impacto en el entorno es el primer paso hacia un modelo de negocio sostenible. En Telefónica tenemos como objetivo **reducir al mínimo nuestra huella** y ayudar a mantener el frágil equilibrio ambiental ya que todos dependemos de él. Además, extendemos nuestras prácticas ambientales a toda la cadena de valor: proveedores, a través de cláusulas en los contratos, acciones divulgativas y auditorías; empleados, con formación, y clientes y otras personas, con programas para consumidores y acciones de sensibilización.

En Telefónica queremos ayudar a **frenar el cambio climático** y construir un futuro más verde mediante la digitalización. Hemos reforzado nuestros objetivos de reducción de emisiones para ayudar a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5°C y neutralizamos las restantes hasta alcanzar **cero emisiones netas en 2025** en nuestras principales operaciones.

Estos objetivos no sólo son compatibles con la expansión de la red y la calidad del servicio, sino que nos ayudan a ser más competitivos.

El 100% del consumo de electricidad en nuestros principales mercados proviene de fuentes renovables. En 2021 logramos que lo fuera el 79 % en todo el grupo y redujimos las emisiones de carbono un 70 % respecto a 2015.

Además, ayudamos a nuestros clientes a evitar 8,7 millones de toneladas de CO₂, equivalentes al carbono absorbido por 143 millones de árboles.



[Ir al capítulo 2.2. Energía y cambio climático](#)

Principales indicadores de energía y cambio climático⁽¹⁾

	2015	2019	2020	2021
Electricidad procedente de fuentes renovables en instalaciones propias	17,2 %	73,8 %	78,8 %	79,4 %
Consumo de energía por tráfico (MWh/PB)	386	107	72	54
Evolución de Eficiencia Energética (año base: 2015)	—	-72 %	-81 %	-86 %
Emissiones GEI Alcance 1+2 (<i>market method</i>) (tCO ₂ eq)	1.811.155	886.319	675.459	536.737

Nota:

⁽¹⁾Los datos de esta tabla no incluyen Telefónica Reino Unido (O2).

> Diversidad entre nuestros empleados

En Telefónica incorporamos la gestión de la diversidad y la inclusión como un elemento clave para conectar talento y crecer como compañía.

Desde el Consejo Global de Diversidad promovemos una cultura inclusiva, en la que los empleados aporten sus opiniones con total libertad.

Estamos comprometidos con la igualdad de género, la comunidad LGTB+, el talento generacional, la diversidad étnica y la inclusión de la discapacidad.

En particular, sobre la **igualdad de género**, nuestros objetivos para 2024 son conseguir un 33% de mujeres en puestos ejecutivos y una brecha salarial ajustada de +/-1%. Estos objetivos contribuyen a eliminar la brecha salarial de género en 2050, nuestra meta a largo plazo.



[Ir al capítulo 2.6. Capital humano](#)

Mujeres en Telefónica

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mujeres en plantilla	38 %	38 %	38 %	38%	38 %	38 %
Mujeres directivas	21 %	22 %	23 %	27%	27 %	30 %

Brecha salarial ajustada

	2020	2021
	2,5 %	1,2 %

> Nuestra contribución e impacto

En Telefónica ayudamos a la sociedad a prosperar promoviendo el progreso económico y social con digitalización.

Durante 2021 hemos realizado, por tercer año consecutivo, un estudio integral de la contribución de Telefónica en las temáticas más materiales y donde mayor valor e impacto puede generar.



[Ir al capítulo 2.10. Contribución e impacto en las comunidades](#)

Contribución global de Telefónica

2021	Ingresos (millones €)	Empleados	Porcentaje de proveedores adjudicatarios locales	Inversión total realizada en el país (millones €)	Gastos de personal (millones €)	Impuestos soportados (millones €)
Grupo	39.277	103.934	91	7.267	6.733	3.206

1.8.4. Analistas y rankings

Bloomberg Gender-Equality Index		Incluido
CDP		A
CDP Supplier Engagement		A
Digital Inclusion Benchmark (DIB)		89,5/100 1ª posición global (sector TIC)
EcoVadis		73/100
Fortune	Fortune	Miembros de Fortune 500 de 2021 Miembros de la lista Most admired Companies 2022 (4ª del mundo / 2ª europea)
FTSE Russell	 FTSE4Good	4,4/ 5 1ª posición global (sector Telecomunicaciones)

Moody's Vigeo Eiris	 PART OF Moody's ESG Solutions	67/100
MSCI		A
Ranking Digital Rights		1ª posición del sector telecomunicaciones
Refinitiv		A -
S&P DJSI		86/100 Miembro del DJSI Europa
Sustainalytics		17,4 (riesgo bajo) 14ª posición del sector telecomunicaciones
Workforce Disclosure Initiative		87%

Nota:

La tabla incluye las últimas valoraciones facilitadas por las entidades en 2021 o con posterioridad, pero basadas en información de dicho ejercicio.

1.9. Evolución de nuestros negocios GRI 102-6

1.9.1. Principales aspectos del ejercicio

Los resultados de 2021 confirman el éxito de nuestras prioridades estratégicas. Crecimiento interanual positivo del Resultado Operativo, alcanzando 13.586 millones de euros, impactado por factores extraordinarios, principalmente las plusvalías generadas de la constitución de JV VMED O2 UK (y la consiguiente desconsolidación de nuestro negocio en Reino Unido) y de la venta de torres del Grupo Telxius. Los ingresos en 2021 alcanzan 39.277 millones de euros, decreciendo en términos reportados un 8,8% interanual, como resultado principalmente de los cambios de perímetro de consolidación, principalmente la constitución de la JV VMED O2 UK, la venta de las divisiones de torres del Grupo Telxius y la venta de Telefónica de Costa Rica; y en menor medida, el efecto de los tipos de cambio, principalmente por la depreciación frente al euro del real brasileño.

Seguimos mejorando nuestra posición competitiva en los principales mercados, impulsando la consolidación en Reino Unido y Brasil, adquiriendo espectro adicional en Reino Unido, España y Brasil, y mejorando la calidad de la red en Alemania. Nuestro enfoque en asignación de capital no ha cambiado, priorizando el desarrollo de redes de nueva generación basadas en fibra y 5G, como refleja la rapidez del despliegue de fibra en España y Brasil, y la actualización "Gigabit" del cable a fibra en Reino Unido. Todo esto junto con nuestro creciente ecosistema de consumo del Hogar Digital, contribuyen a mejorar la experiencia de nuestros clientes, e impulsan la tendencia de crecimiento interanual de los accesos totales, apoyada en los accesos de alto valor de UBB, fibra y contrato móvil.

En paralelo, hemos reforzado nuestro compromiso con la sostenibilidad como parte integral de nuestra actividad. Seguimos impulsando la conectividad y conectando a los no conectados, aportando beneficios económicos y sociales y desempeñando un papel fundamental en la descarbonización de otros sectores a través de la digitalización.

Durante el 2021 Telefónica Tech ha reforzado sus capacidades de forma proactiva mediante adquisiciones, como Cancom UK&I, Altostratus y Geprom, mientras T. Infra permite crear nuevas oportunidades de crecimiento junto con un porfolio que presenta opciones potenciales de creación de valor.

Los **accesos totales** de Telefónica incluyendo el 100% de los accesos de JV VMED O2 UK (de la que Telefónica posee el 50% de participación), alcanzan 369,1 millones a 31 de diciembre de 2021, aumentando un 6,9% interanual afectado principalmente por la inclusión de los accesos de Virgin Media en JV VMED O2 UK, que aportan 4,8 p.p. a la variación interanual, parcialmente contrarrestado por la desconsolidación de Telefónica de Costa Rica (cuya venta se produjo el 9 de agosto de 2021), que reduce el crecimiento en 0,7 p.p. En términos orgánicos, el incremento sería del 2,6%, explicado principalmente por la buena evolución de clientes de contrato en Telefónica Brasil, Telefónica Hispam y Telefónica Alemania, todos ellos afectados por las menores medidas restrictivas motivadas por la pandemia comparadas con el año anterior.

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

Accesos

Miles de accesos	2020	2021	%Var. reportada	%Var. Orgánica
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	28.243,0	29.966,9	6,1%	(8,3%)
Banda ancha	20.077,2	25.833,3	28,7%	1,3%
UBB	15.212,8	22.281,8	46,5%	8,0%
FTTH	9.964,2	12.243,8	22,9%	22,9%
Accesos móviles	266.287,1	277.793,3	4,3%	4,0%
Prepago	131.542,0	129.675,7	(1,4%)	(0,2%)
Contrato	108.587,5	117.432,1	8,1%	5,6%
IoT	26.157,7	30.685,4	17,3%	17,6%
TV de Pago	8.059,5	11.111,7	37,9%	(3,8%)
Accesos minoristas	322.978,5	344.945,5	6,8%	2,3%
Accesos mayoristas	22.455,0	24.173,3	7,7%	7,7%
Accesos mayoristas fijos	3.722,8	3.694,5	(0,8%)	(0,8%)
Accesos mayoristas FTTH	2.606,8	2.988,0	14,6%	14,6%
Accesos mayoristas móviles	18.732,1	20.478,8	9,3%	9,3%
Total Accesos	345.433,5	369.118,9	6,9%	2,6%

Notas:

-La tabla incluye, respecto a 2020, los accesos de Telefónica de Costa Rica (2,5 millones de accesos totales) y, con respecto a 2020 y 2021, los accesos de Telefónica El Salvador (1,9 millones y 1,8 millones de accesos totales a 31 de diciembre de 2020 y 2021, respectivamente). La venta de Telefónica de Costa Rica concluyó el 9 de agosto de 2021. La venta de Telefónica El Salvador concluyó el 13 de enero de 2022.

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

La siguiente tabla muestra las aportaciones al crecimiento reportado de cada uno de los impactos considerados en el cálculo de las variaciones orgánicas, que incluyen el 100% de los accesos de JV VMED O2 UK y excluyen los accesos de Telefónica de Costa Rica, ambos efectos en

2020. La aportación al crecimiento reportado, expresada en p.p., es el resultado de dividir la cantidad de cada impacto (o la diferencia cuando afecta a los dos periodos) entre la cifra reportada del año anterior en cada epígrafe.

Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)

Miles de accesos	%Var. reportada	%Var. Orgánica	VMED O2 UK	Costa Rica
Accesos de telefonía fija	6,1%	(8,3%)	15,8	(0,2)
Banda ancha	28,7%	1,3%	27,0	—
UBB	46,5%	8,0%	35,6	—
FTTH	22,9%	22,9%	—	—
Accesos móviles	4,3%	4,0%	1,3	(0,9)
Prepago	(1,4%)	(0,2%)	0,1	(1,4)
Contrato	8,1%	5,6%	3,0	(0,6)
IoT	17,3%	17,6%	—	(0,2)
TV de Pago	37,9%	(3,8%)	43,4	(0,1)
Accesos minoristas	6,8%	2,3%	5,2	(0,8)
Accesos mayoristas	7,7%	7,7%	—	—
Accesos mayoristas fijos	(0,8%)	(0,8%)	—	—
Accesos mayoristas FTTH	14,6%	14,6%	—	—
Accesos mayoristas móviles	9,3%	9,3%	—	—
Total Accesos	6,9%	2,6%	4,8	(0,7)

La siguiente tabla muestra la evolución de accesos por segmento:

Accesos 2021	Variación interanual	% sobre Total Accesos	
		2020	2021
Telefónica España	(2,8%)	12,0%	10,9%
Telefónica Reino Unido / VMED O2 UK ⁽¹⁾	5,1%	10,6%	15,2%
Telefónica Alemania	2,9%	14,1%	13,6%
Telefónica Brasil	3,9%	27,5%	26,8%
Telefónica HispAm	1,8%	31,4%	29,9%
Otras compañías	(10,6%)	4,4%	3,7%

Nota:

⁽¹⁾ Nuestro anterior segmento Telefónica Reino Unido fue reemplazado por nuestro nuevo segmento JV VMED O2 UK el 1 de junio de 2021.

La estrategia del Grupo se basa en captar clientes de valor en los mercados en los que opera.

Los **accesos móviles** ascienden a 277,8 millones a 31 de diciembre de 2021 y aumentan un 4,3% frente a 2020 debido principalmente a la inclusión de los accesos de Virgin Media, que aportan 1,3 p.p. a la variación interanual, parcialmente contrarrestado por la desconsolidación de Telefónica de Costa Rica, que reduce el crecimiento en 0,9 p.p. En términos orgánicos, crecemos un 4,0%, por el incremento en contrato (8,1% en términos reportados y 5,6% en términos orgánicos), parcialmente contrarrestado por la reducción en prepago (1,4% en términos reportados y 0,2% en términos orgánicos). El peso de los accesos de contrato supone el 47,5% de los accesos móviles excluyendo IoT (+2,3 p.p. en términos reportados y +1,4 p.p. en términos orgánicos interanualmente).

Los **accesos de banda ancha fija** se sitúan en 25,8 millones a 31 de diciembre de 2021, con un crecimiento del 28,7% en términos reportados, afectado por la inclusión de los accesos de Virgin Media que aportan 27,0 p.p. a la variación interanual. En términos orgánicos, los accesos de banda ancha incrementan un 1,3% interanual. Los accesos de fibra a 31 de diciembre de 2021 se sitúan en 12,2 millones, creciendo un 22,9% con respecto a 2020 tanto en términos reportados como orgánicos.

Los **accesos de televisión de pago** alcanzan 11,1 millones de clientes a 31 de diciembre de 2021, con un crecimiento interanual del 37,9% en términos reportados afectado por la inclusión de los accesos de Virgin Media que aportan 43,4 p.p. a la variación interanual y a la desconsolidación de Telefónica de Costa Rica que reduce el crecimiento en 0,1 p.p., decreciendo un 3,8% en términos orgánicos debido a menores accesos en Telefónica España y Telefónica Brasil.

Las tablas que se ven a continuación muestran la evolución estimada de las cuotas de mercado de líneas 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⁾	
	2020	2021
España	29,3 %	27,6 %
Reino Unido ⁽²⁾	25,3 %	30,1 %
Alemania	35,9 %	34,9 %
Brasil	33,6 %	33,1 %
Argentina	29,2 %	29,2 %
Chile	26,6 %	25,8 %
Perú	31,2 %	30,4 %
Colombia	25,0 %	26,0 %
Venezuela	55,7 %	54,7 %
México	21,0 %	19,5 %
Ecuador	29,9 %	31,5 %
Uruguay	37,0 %	29,1 %

⁽¹⁾ Estimación interna en ambos años.

⁽²⁾ En 2021, se refiere a la cuota de mercado a septiembre 2021 de la JV VMED O2 UK.

Telefónica	Cuota de BAF ⁽¹⁾	
	2020	2021
España	36,6 %	35,3 %
Brasil	17,8 %	15,3 %
Argentina	16,5 %	11,7 %
Chile	27,8 %	29,8 %
Perú	66,2 %	61,0 %
Colombia	15,4 %	13,8 %

⁽¹⁾ Estimación interna en ambos años.

1.9.2. Resultados consolidados 2021/2020

Esta sección presenta las variaciones de las cuentas de resultados consolidados del Grupo Telefónica de los ejercicios 2021 y 2020.

Resultados Consolidados	Año finalizado 31 de diciembre				Variación	
	2020		2021		2021 vs 2020	
Millones de euros	Total	% Sobre ingresos	Total	% Sobre ingresos	Total	%
Ventas y prestaciones de servicios	43.076	100,0%	39.277	100,0%	(3.799)	(8,8%)
Otros ingresos	1.587	3,7%	12.673	32,3%	11.086	698,3%
Aprovisionamientos	(13.014)	(30,2%)	(12.258)	(31,2%)	756	(5,8%)
Gastos de personal	(5.280)	(12,3%)	(6.733)	(17,1%)	(1.453)	27,5%
Otros gastos	(12.871)	(29,9%)	(10.976)	(27,9%)	1.895	(14,7%)
RESULTADO OPERATIVO ANTES DE AMORTIZACIONES (OIBDA)	13.498	31,3%	21.983	56,0%	8.485	62,9%
Margen OIBDA	31,3 %		56,0 %			24,6 p.p.
Amortizaciones	(9.359)	(21,7%)	(8.397)	(21,4%)	962	(10,3%)
Amortizaciones de inmovilizado material e intangible	(7.756)	(18,0%)	(6.748)	(17,2%)	1.008	(13,0%)
Amortizaciones de derechos de uso	(1.603)	(3,7%)	(1.649)	(4,2%)	(46)	2,9%
RESULTADO OPERATIVO (OI)	4.139	9,6%	13.586	34,6%	9.447	228,2%
Margen OI	9,6 %		34,6 %			26,1 p.p.
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	2	0,0%	(127)	(0,3%)	c.s.	c.s.
Resultado financiero neto	(1.558)	(3,6%)	(1.364)	(3,5%)	194	(12,5%)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	2.583	6,0%	12.095	30,8%	9.512	368,2%
Impuesto sobre beneficios	(626)	(1,5%)	(1.378)	(3,5%)	(752)	120,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO	1.957	4,5%	10.717	27,3%	8.760	447,6%
Atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante	1.582	3,7%	8.137	20,7%	6.555	414,4%
Atribuido a los intereses minoritarios	375	0,9 %	2.580	6,6 %	2.205	587,4 %

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 2021/2020 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:** se excluye el efecto del tipo de cambio asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2020 para los dos periodos, excepto para las operadoras de los países con economías hiperinflacionarias (Argentina y Venezuela).

La evolución de los tipos de cambio ha impactado negativamente en los resultados reportados de 2021, principalmente por la depreciación frente al euro del real brasileño.

El efecto de los tipos de cambio resta 2,3 puntos porcentuales al crecimiento de las ventas, 2,7 puntos porcentuales al crecimiento del OIBDA y 3,0 puntos porcentuales al resultado operativo en 2021.

- **Cambios en el perímetro de consolidación:** se excluye el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación en 2021 y 2020. Los principales cambios han sido la constitución de la JV VMED O2 UK (y por tanto la salida de las compañías que conformaban el antiguo segmento Telefónica Reino Unido del perímetro de consolidación desde esa fecha), la venta de las divisiones de torres del Grupo Telxius, la venta de Telefónica Costa Rica y la venta del 60% de InfraCo, SpA. Para excluir el impacto de los citados cambios de perímetro en el cálculo de las variaciones orgánicas, la base comparativa de 2020 excluye el resultado de

estas compañías que han dejado de formar parte del perímetro de consolidación desde el mes de la transacción hasta el cierre del ejercicio. Adicionalmente, se ha excluido la amortización y depreciación de esas compañías desde el 1 de enero hasta el mes en el que se firmó la transacción en 2020.

No se realizaron ajustes por cambios en el perímetro de consolidación con respecto a los resultados de JV VMED O2 y otras joint venture constituidas en 2021, ya que sus resultados se contabilizan por el método de puesta en equivalencia y las variaciones orgánicas se calculan únicamente hasta el resultado operativo.

- **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 2021 se excluyen las plusvalías generadas de la constitución de JV VMED O2 UK (4.460 millones de euros), de la venta de las divisiones de torres en Europa y Latinoamérica del Grupo Telxius (6.099 millones de euros), de la venta de las compañías derivadas de la constitución de FiBrasil (26 millones de euros), la venta del 60% de las acciones de InfraCo, SpA (274 millones de euros) y de la venta de Telefónica de Costa Rica (136 millones de euros).

En 2020 se excluye principalmente un importe de 29 millones de euros procedente del registro inicial a valor razonable de la participación de Telefónica en el negocio conjunto con el grupo Allianz, para el despliegue de fibra en Alemania.

- **Gastos de reestructuración:** se excluye el impacto en 2021 y 2020 de los gastos de reestructuración, principalmente aquellos relacionados con el plan voluntario de suspensión de empleo en Telefónica España de 2021.

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

Millones de Euros	2020	2021
Telefónica España	(2)	1.382
Telefónica Reino Unido	—	—
Telefónica Alemania	37	22
Telefónica Brasil	—	—
Telefónica HispAm	17	174
Otras compañías	34	85
Total gastos por reestructuración	86	1.663

- **Variación reportada por compañías en países con hiperinflación:** en la variación orgánica se excluye la variación reportada de las operadoras de países con economías hiperinflacionarias (Argentina y Venezuela). En términos reportados en 2021, las ventas han aumentado en 327 millones de euros, y el OIBDA, el

resultado operativo y el OIBDA-CapEx de estas compañías se ha reducido en 112 millones de euros, 107 millones de euros y 134 millones de euros, respectivamente, en comparación con 2020.

- **Deterioro de fondos de comercio y otros activos:** se excluye en 2021 deterioros de fondo de comercio por importe de 416 millones de euros principalmente por Telefónica del Perú. En 2020, se excluye

- **Decisión judicial PIS/COFINS:** se excluye de la variación orgánica 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) por importe de 243 millones de euros de impacto en OIBDA en el 2021.

- **Adquisición de espectro:** la variación orgánica de CapEx excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico en 2021 y 2020.

En 2021, estas adquisiciones ascienden a 1.704 millones de euros, de los que 706 millones corresponden a Telefónica Brasil, 515 millones de euros a Telefónica Reino Unido (adquisiciones previas a la constitución de la JV VMED O2 UK), 352 millones de euros a Telefónica España y 131 millones de euros a Telefónica Chile.

En 2020, estas adquisiciones ascienden a 126 millones de euros, de los que 94 millones corresponden a Telefónica Reino Unido y 32 millones de euros a Telefónica Brasil.

- **Otros ajustes:** se excluye en la variación orgánica lo siguiente:

En 2021: i) el impacto de la provisión de determinadas contingencias tributarias y regulatorias en Telefónica Brasil por importe de 154 millones de euros de impacto negativo en OIBDA, (ii) el impacto de la amortización acelerada, derivado de la transformación del modelo operacional de Telefónica México (siguiendo el contrato con AT&T de 2019), que asciende a 88 millones de euros en amortizaciones y resultado operativo, (iii) las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución (44 millones de euros de impacto en OIBDA); y (iv) el impacto de no amortizar los activos mantenidos para la venta de Telefónica El Salvador (14 millones de euros en amortizaciones y resultado operativo).

En 2020: i) el impacto de la amortización acelerada, derivado de la transformación del modelo operacional de Telefónica México, que asciende a 320 millones de euros en 2020 en amortizaciones y resultado operativo, (ii) otros ajustes por importe de 34 millones de euros en

OIBDA, principalmente las provisiones registradas en Telefónica España para optimizar la red de distribución (29 millones de euros en OIBDA), y la plusvalía por la venta de espectro de Alemania por importe de 5 millones de euros de impacto en OIBDA; y el impacto de no amortizar los activos mantenidos para la venta de Telefónica El Salvador (32 millones de euros en amortizaciones y resultado operativo).

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.

Las variaciones reportadas y orgánicas 2021/2020 (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 2021	Variación interanual	
	% Var. reportada	% Var.orgánica
Ventas y prestaciones de servicios	(8,8%)	2,0%
Otros ingresos	698,3%	18,8%
Aprovisionamientos	(5,8%)	6,8%
Gastos de personal	27,5%	3,3%
Otros gastos	(14,7%)	(0,7%)
OIBDA	62,9%	1,4%
Amortizaciones	(10,3%)	(0,5%)
Resultado operativo	228,2%	5,6%
CapEx	24,0%	10,3%
OIBDA-CapEx	92,7%	(4,4%)

TELEFÓNICA 2021	Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)								
	Efecto tipo de cambio	Cambio Perímetro	Resultado en venta de empresas	Gastos reestructuración	Var. reportada de países con hiperinflación	Deterioro de fondo de comercio	Decisión judicial PIS/COFINS	Adquisición de espectro	Otros ajustes
Ventas y prestaciones de servicios	(2,3)	(9,1)	—	—	0,8	—	—	—	0,0
Otros ingresos	(2,7)	(8,3)	692,2	—	0,0	—	—	—	—
Aprovisionamientos	(1,7)	(11,0)	—	—	0,8	—	—	—	—
Gastos de personal	(2,2)	(5,2)	—	30,2	1,7	—	—	—	—
Otros gastos	(2,7)	(7,9)	(0,0)	(0,1)	0,9	(3,7)	(2,1)	—	1,4
OIBDA	(2,7)	(9,5)	81,2	(11,7)	0,1	3,5	2,0	—	(1,3)
Amortizaciones	(2,6)	(4,1)	—	—	(0,0)	—	—	—	(3,0)
Resultado operativo	(3,0)	(21,6)	264,9	(38,2)	0,3	11,5	6,4	—	2,5
CapEx	(4,0)	(11,2)	—	—	0,4	—	—	—	—
OIBDA-CapEx	(1,8)	(8,1)	143,6	(20,7)	(0,2)	6,3	3,5	(22,8)	(2,4)

1.9.3. Análisis de los resultados

Ventas netas y prestaciones de servicios (ingresos), en 2021 alcanzan 39.277 millones de euros, decreciendo en términos reportados un 8,8% interanual, como resultado principalmente de los cambios de perímetro de consolidación (-9,1 p.p.), principalmente la constitución de la JV VMED 02 UK (y por tanto la salida de las entidades que componían nuestro antiguo segmento Telefónica Reino Unido del perímetro de consolidación desde esa fecha), la venta de las divisiones de torres del Grupo Telxius y la venta de Telefónica de Costa Rica. En menor medida, el efecto de los tipos de cambio resta 2,3 p.p. al crecimiento interanual, principalmente por la depreciación frente al euro del real brasileño. En términos orgánicos, los ingresos crecen un 2,0%, principalmente como resultado de una buena evolución en venta de terminales en todas las líneas de negocio y crecimiento positivo de los ingresos del servicio.

Otros ingresos incluye principalmente los resultados por enajenación de activos y, en menor medida, los trabajos realizados para el inmovilizado. En el 2021, los otros ingresos ascendieron a 12.673 millones de euros comparado con 1.587 millones registrados en 2020. Este crecimiento fue debido principalmente al registro de la venta del negocio de torres de Telxius (6.099 millones de euros), de la constitución de la JV VMED O2 UK (4.460 millones de euros), la de la venta del 60% de InfraCo SpA (274 millones de euros), la venta de Telefónica de Costa Rica a Liberty Global (136 millones de euros) y la constitución de FiBrasil en Brasil (26 millones de euros). En términos orgánicos crecen un 18,8%.

El total de aprovisionamientos, gastos de personal y otros gastos, ascendieron a 29.967 millones de euros en 2021, disminuyendo un 3,8% en términos reportados respecto a 2020. Este decrecimiento está principalmente impactado por los cambios en el perímetro de consolidación (-8,8 p.p.), por el efecto de los tipos de cambio (-2,2 p.p.) y por el deterioro del fondo de comercio y otros activos de Telefónica Argentina en 2020, cifra superior a la de Telefónica Perú, en 2021 (-1,6 p.p.), parcialmente compensados por los mayores gastos de reestructuración (+5,1 p.p.), destacando los mayores gastos de reestructuración en Telefónica España y Telefónica Hispam. En términos orgánicos, el total de aprovisionamientos, gastos de personal y otros gastos crecieron en un 3,2%. La variación interanual en términos orgánicos está muy afectada por mayores gastos de aprovisionamientos y gastos de personal. La evolución de estos gastos se explica en mayor detalle a continuación:

- Los **aprovisionamientos** se situaron en 12.258 millones de euros en 2021, disminuyendo un 5,8% respecto a 2020 en términos reportados, afectados principalmente por los cambios en el perímetro de consolidación (-11,0 p.p.) y en menor medida por la evolución de los tipos de cambio (-1,7 p.p.). En términos orgánicos, los aprovisionamientos se incrementaron un 6,8% interanual por mayores gastos de contenidos de televisión y gastos asociados al incremento del negocio de TI en Telefónica España.

- Los **gastos de personal** alcanzaron 6.733 millones de euros en 2021, creciendo un 27,5% en términos reportados respecto a 2020, afectados principalmente por los mayores gastos de reestructuración (+30,2 p.p.), principalmente por el Plan de Suspensión Individual en Telefónica España, parcialmente compensados por los cambios en el perímetro de consolidación (-5,2 p.p.) y por el impacto de los tipos de cambio (-2,2 p.p.). En términos orgánicos, los gastos de personal crecen un 3,3% interanual, debido a la progresiva vuelta a la normalidad de la actividad, después de las medidas de ahorros implementadas en el 2020, consecuencia de la pandemia del COVID-19, en prácticamente todos los segmentos.

La plantilla promedio de 2021 decrece un 4,8 % interanual, situándose en 107.776 empleados, afectada por la desconsolidación de las compañías que conformaban el antiguo segmento Telefónica Reino Unido desde junio de 2021.

- **Otros gastos** (principalmente servicios exteriores y tributos) alcanzaron 10.976 millones de euros en 2021, disminuyendo un 14,7% en términos reportados. Esta evolución se debe principalmente a los cambios en el perímetro de consolidación (-7,9 p.p.), el deterioro del fondo de comercio y otros activos de Telefónica Argentina que tuvo lugar en 2020 y de Telefónica Perú en 2021 (-3,7 p.p.), al efecto de los tipos de cambio (-2,7 p.p.) y al 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) (-2,1 p.p.). En términos orgánicos, los otros gastos disminuyeron un 0,7% interanual por las medidas de ahorros llevadas a cabo por la compañía.

Como resultado de lo anterior, el OIBDA del 2021 asciende a 21.983 millones de euros, comparado con 13.498 en el 2020, fuertemente afectado principalmente por el efecto de las plusvalías de sociedades mencionado en "Otros Ingresos". En términos orgánicos, el OIBDA crece un 1,4% interanual.

La **amortización del inmovilizado** asciende a 8.397 millones de euros en el 2021, disminuyendo un 10,3% en términos reportados frente al mismo periodo de 2020, debido fundamentalmente a los cambios de perímetro de consolidación (-4,1 p.p.), principalmente por la salida del perímetro de consolidación de las entidades que conformaban el antiguo segmento Telefónica Reino Unido tras ser reconocido como grupo enajenable mantenido para la venta en mayo 2020 y al efecto del tipo de cambio (-2,6 p.p.), y a la amortización acelerada en Telefónica México como consecuencia de la transformación del modelo operacional, que afectó en mayor medida al año 2020 (-2,5 p.p.). En términos orgánicos, las amortizaciones se reducen ligeramente (-0,5%).

El **resultado operativo (OI)** del año 2021 asciende en términos reportados a 13.586 millones de euros comparado con 4.139 millones de euros registrado en el mismo periodo del 2020, fuertemente afectado por las plusvalías de venta de sociedades comentadas anteriormente en "Otros Ingresos" (+264,9 p.p.). En menor medida, el crecimiento del resultado operativo en términos reportados está afectado por el registro del deterioro en el fondo de comercio y otros activos de Telefónica Argentina en el 2020, mayor que el registrado en 2021 en Telefónica Perú (+11,5 p.p.), 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) (+6,4 p.p.), y el impacto de la amortización acelerada derivado de la transformación del modelo operacional de Telefónica México tras el acuerdo alcanzado con AT&T en 2020 (+5,6 p.p.). El incremento interanual fue parcialmente contrarrestado por mayores gastos de reestructuración, principalmente afectados por el reconocimiento en el 2021 del Plan de Suspensión Individual en España por 1.382 millones de euros (-38,2 p.p.), el efecto de los cambios en el perímetro de consolidación (-21,6 p.p.), la provisión de determinadas contingencias tributarias y regulatorias en Telefónica Brasil (-4,1 p.p.), y el efecto tipo de cambio (-3.0 p.p.). En términos orgánicos, el resultado operativo crecería un 5,6% respecto al 2021, como consecuencia de la buena evolución de la venta de terminales en todas las líneas de negocio y el crecimiento positivo de los ingresos del servicio.

Las **participaciones en resultados de inversiones puestas en equivalencia** en 2021 alcanzan un resultado negativo de 127 millones de euros comparado con un resultado positivo de 2 millones de euros en 2020 principalmente debido a los resultados de la JV VMED 02 UK que se estableció el 1 de junio de 2021.

Los **gastos financieros netos** en 2021 ascienden a 1.364 millones de euros y mejoran en 194 millones de euros frente al mismo periodo del año anterior debido a la reducción de la deuda en divisas europeas (a pesar de la subida de tipos de interés en Brasil y mayor apalancamiento en la deuda denominada en reales brasileños) así como por otros efectos positivos no recurrentes.

El **gasto por impuesto** asciende a 1.378 millones de euros en 2021, aumentando en comparación con 2020 (626 millones de euros), debido principalmente al registro contable de las actas por la inspección fiscal en España, una disminución de los activos por impuestos diferidos en España como resultado de la revisión de su utilidad futura, provisión en Perú por Sentencia desfavorable del Tribunal Supremo y ajustes por cambios en los tipos impositivos. Este aumento se ha visto parcialmente compensado por la provisión registrada en España en relación con el Plan de Suspensión Individual y el efecto de intereses no tributables en Brasil. Una parte importante de las plusvalías registradas en 2021 estaban exentas del impuesto sobre sociedades.

Resultado de las partidas anteriores, el **resultado del ejercicio atribuido a los accionistas de la Sociedad dominante** alcanza 8.137 millones de euros en 2021 (1.582 millones de euros en 2020).

El **resultado del ejercicio atribuido a los intereses minoritarios** alcanza los 2.580 millones de euros en 2021 (375 millones de euros en el mismo periodo de 2020) principalmente por el resultado atribuido a intereses minoritarios de Telxius, que completó la venta de las divisiones de torres de Europa y Latinoamérica.

El **CapEx** totaliza 7.267 millones de euros en el 2021, aumentando un 24,0% interanual en términos reportados, debido a la compra de espectro principalmente en Telefónica Brasil (706 millones de euros), nuestro antiguo segmento Telefónica Reino Unido (515 millones de euros en los cinco primeros meses del año 2021), Telefónica España (352 millones de euros) y Telefónica Chile (131 millones de euros). El CapEx fue limitado en el 2020 debido a la pandemia del COVID-19.

El **OIBDA-CapEx** se sitúa en 14.716 millones de euros en el 2021, comparado con 7.637 en el 2020, incrementando un 92,7% interanual en términos reportados, decreciendo un 4,4% en términos orgánicos.

1.9.4. 2021/2020 Resultados por segmentos

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	2020	2021	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	8.731,0	8.376,3	(4,1%)
Banda ancha	5.961,9	5.874,9	(1,5%)
FTTH	4.614,1	4.847,6	5,1%
Accesos móviles	18.977,8	18.484,6	(2,6%)
Prepago	888,1	752,5	(15,3%)
Contrato	15.383,7	15.210,7	(1,1%)
IoT	2.706,0	2.521,5	(6,8%)
TV de Pago	3.934,5	3.716,4	(5,5%)
Accesos minoristas	37.615,1	36.460,9	(3,1%)
Accesos mayoristas	3.689,5	3.674,3	(0,4%)
Accesos mayoristas FTTH	2.599,8	2.982,0	14,7%
Total accesos	41.304,6	40.135,2	(2,8%)

Notas:

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

Durante el año 2021, se lanzó un nuevo portfolio de Fusión que incluye varios dispositivos (smartphones 5G de diferentes marcas, Smart TV, Tablet, portátil, etcétera) que el cliente podrá elegir en función de la modalidad de Fusión contratada y de sus necesidades.

Con ese portfolio Fusión y la última subida de velocidad de conexión a sus clientes hasta 1 Gbps, Telefónica España da un paso nuevo en su respuesta a las demandas de los clientes.

La inversión en la red móvil 5G hace posible que se alcance ya el 81% de cobertura poblacional, y permite que el cliente pueda acceder, desde cualquier lugar, a todos los contenidos de ficción y deportivos. A lo largo del próximo año, Telefónica España seguirá ampliando y reforzando la cobertura para llegar a una mayor población, aspecto que se verá impulsado con la resolución de la subasta de los 700MHz en la que Telefónica resultó adjudicataria de 1 bloque de 2x10 MHz.

Adicionalmente, durante el año 2021, Telefónica España ha seguido mejorando en las propuestas de su oferta para fortalecer su relación con los clientes y llegar a nuevos segmentos, las más destacadas se describen a continuación.

- **Movistar Prosegur Alarmas**, la *joint venture* de Prosegur y Telefónica España, que, desde el 1 de septiembre de 2020, ofrece los servicios de reconocimiento inteligente y automatización del sistema. Estas nuevas funcionalidades se basan en la incorporación de la inteligencia artificial al ámbito del

hogar y se configuran según las necesidades concretas de cada usuario. El número de clientes a 31 de diciembre de 2021 supera los 350 mil clientes.

- **Movistar Salud**, servicio de atención médica online, que, tras su lanzamiento en octubre de 2020, alcanza casi 60 mil clientes a 31 de diciembre de 2021.
- Lanzamiento de **Seguro de Hogar** con Telefónica Seguros, SANTALUCÍA y BBVA Allianz. El nuevo seguro dispone de varias modalidades, desde la más básica hasta la más completa, con coberturas como daños por agua, incendios, robos, protección jurídica o manitas, entre otras. Este nuevo producto lo podrá contratar cualquier persona, sea o no cliente de Telefónica España.
- **Gaming**: Telefónica España y Microsoft firmaron un acuerdo estratégico por el cual Telefónica España ofrece Xbox Game Pass Ultimate (servicio de suscripción en gaming de Xbox) por 12,99 € a sus clientes de Fusión y de Contrato Solo Móvil, sin permanencia e incluirá 20 GB de datos móviles extra para cualquiera de sus líneas contratadas.
- **Movistar Música**, un servicio de música en streaming con más de 50 millones de canciones, sin publicidad y contenidos exclusivos de los artistas. Este servicio fue pilotado en América Latina y viene con varias opciones de suscripción. Este servicio en streaming está disponible tanto en móviles como en tablets y también en dispositivos Movistar Home.

- **Movistar Money**, el servicio de préstamos al consumo dirigido a clientes de Telefónica España, que ya han utilizado más de tres millones de clientes, ha actualizado sus condiciones incorporando novedades, como la posibilidad de solicitar hasta 5.000€ (1.000€ más) y la incorporación de un seguro de protección de pagos en caso de sufrir un imprevisto.

Telefónica España gestiona 40,1 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2021, cayendo un 2,8% comparado con el 31 de diciembre de 2020, en parte debido a una política comercial enfocada en la generación de valor, que promueve una mayor racionalización del mercado reduciendo el nivel promocional y por tanto impactando en una menor actividad comercial.

La **Oferta Convergente (residencial y pymes)** alcanzó 4,6 millones de clientes, presentando un decrecimiento interanual del 3,6%.

Los **accesos de telefonía fija** minorista alcanzaron 8,4 millones, disminuyendo un 4,1% respecto a 31 de diciembre de 2020, con una pérdida neta de 355 mil accesos en 2021.

Los **accesos minoristas de banda ancha fija** alcanzan 5,9 millones de clientes (-1,5% interanual), presentando una pérdida neta de 87 mil accesos en 2021.

Los **accesos de fibra minorista (FTTH)** se sitúan en 4,8 millones a 31 de diciembre de 2021 (+5,1% respecto a 31

de diciembre de 2020) y suponen ya el 82,5% de los accesos de banda ancha (+5,1 p.p. interanual), con una ganancia neta de 234 mil accesos en 2021. A 31 de diciembre de 2021, la cobertura de fibra hasta el hogar alcanzó a 26,9 millones de unidades inmobiliarias, 1,7 millones más que a 31 de diciembre de 2020.

La planta total de **accesos móviles** se sitúa en 18,5 millones a 31 de diciembre de 2021, disminuyendo un 2,6% respecto a 31 de diciembre de 2020 como resultado de una ligera caída del parque tanto de contrato (-1,1% interanual) como del prepago (-15,3% interanual).

Los **accesos de televisión de pago** totalizan 3,7 millones a 31 de diciembre de 2021, reduciéndose un 5,5% interanualmente.

Los **accesos mayoristas** ascienden a 3,7 millones de clientes a 31 de diciembre de 2021, decreciendo un 0,4% interanualmente, aunque los accesos mayoristas de fibra (un 81,2% del total accesos mayoristas en 2021, respecto al 70,5% del 2020) crecieron un 14,7% interanualmente.

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

Millones de Euros				
TELEFÓNICA ESPAÑA	2020	2021	%Variación reportada	%Variación orgánica (1)
Importe neto de la cifra de negocios	12.401	12.417	0,1%	0,1%
Venta de terminales móviles	264	400	51,3%	51,3%
Importe neto de la cifra de negocios ex-venta de terminales móviles	12.137	12.017	(1,0%)	(1,0%)
Minoristas	9.906	9.699	(2,1%)	(2,1%)
Mayoristas y otros	2.231	2.318	3,9%	3,9%
Otros ingresos	540	664	23,1%	23,1%
Aprovisionamientos	(4.210)	(4.636)	10,1%	10,1%
Gastos de personal	(1.748)	(3.201)	83,1%	3,9%
Otros gastos	(1.937)	(1.867)	(3,6%)	(4,4%)
OIBDA	5.046	3.377	(33,1%)	(5,3%)
Amortizaciones	(2.184)	(2.153)	(1,4%)	(1,4%)
Amortizaciones de inmovilizado material e intangible	(1.892)	(1.807)	(4,5%)	(4,5%)
Amortizaciones de derechos de uso	(292)	(346)	18,6%	18,6%
Resultado Operativo (OI)	2.862	1.224	(57,2%)	(8,3%)
CapEx	1.408	1.815	28,9%	3,9%
OIBDA-CapEx	3.638	1.562	(57,1%)	(8,9%)

Notas:

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

Ajustes realizados para calcular las variaciones orgánicas

Como se ha descrito anteriormente, las variaciones puntuales 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 2021/2020:

- 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 2021 por importe de 44 millones de euros (29 millones de euros en 2020).
- Gastos de reestructuración:** se excluye el impacto (i); en 2021, el importe de estos gastos ascendió a 1.382 millones de euros debido fundamentalmente al Plan de Suspensión Individual ; (ii) en 2020 el importe de estos gastos fue de 2 millones de euros negativos debido a la reversión de la provisión dotada en 2019 en relación con los costes de reestructuración.
- Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de la adquisición de espectro del CapEx, que ascendió a 352 millones de euros en 2021. En 2020 no hubo adquisiciones.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2021/2020 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 2021	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)		
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Reestructuración canal de España	Gastos de reestructuración	Adquisición de espectro
Ventas y prestaciones de servicios	0,1%	0,1%	—	—	—
Otros ingresos	23,1%	23,1%	—	—	—
Aprovisionamientos	10,1%	10,1%	—	—	—
Gastos de personal	83,1%	3,9%	—	79,2	—
Otros gastos	(3,6%)	(4,4%)	0,7	—	—
OIBDA	(33,1%)	(5,3%)	(0,3)	(27,4)	—
Amortizaciones	(1,4%)	(1,4%)	—	—	—
Resultado Operativo (OI)	(57,2%)	(8,3%)	(0,5)	(48,4)	—
CapEx	28,9%	3,9%	—	—	25,0
OIBDA-CapEx	(57,1%)	(8,9%)	(0,4)	(38,0)	(9,7)

Análisis de los resultados

En 2021 los **ingresos** de Telefónica España ascendieron a 12.417 millones de euros con un crecimiento de 0,1% interanual en términos reportados. Este comportamiento estable interanualmente, se ve empujado por los ingresos por venta de terminales gracias al lanzamiento del nuevo portfolio Fusión, que incluye varios dispositivos como parte del paquete (smartphones 5G de diferentes marcas, Smart TV, tablet, portátil, etcétera). La evolución del importe neto de la cifra de negocios excluyendo la venta de terminales móviles se detalla a continuación:

- Los **ingresos minoristas** (9.699 millones de euros en 2021) decrecen un 2,1% interanual en términos reportados, parcialmente debido al resultado de la reducción de la base de clientes y a la erosión del mix de clientes convergentes (principalmente debido a la peor situación económica debido a la pandemia del COVID- 19), parcialmente compensado por mayores ingresos de TI debido a la mayor demanda de proyectos de digitalización en el segmento B2B.
- Los **ingresos mayoristas y otros** (2.318 millones de euros en 2021) crecen un 3,9% interanual en términos reportados, debido, entre otros, a mayores ingresos de *roaming-in*.

El OIBDA de 2021 alcanzó 3.377 millones de euros con un descenso interanual del 33,1% en términos reportados; en términos orgánicos, el OIBDA decreció un 5,3% interanual.

Las **amortizaciones** ascendieron a 2.153 millones de euros en 2021, descendiendo un 1,4% interanualmente en términos reportados y orgánicos, principalmente como consecuencia de la aceleración del apagado de centrales y el cambio de vida útil de los radioenlaces en 2020.

El **Resultado Operativo (OI)** ascendió a 1.224 millones de euros en 2021, con un descenso interanual del 57,2% en términos reportados. La variación interanual está impactada por la provisión de reestructuración en 2021 (-48,4 p.p.). En términos orgánicos, el resultado operativo presenta un descenso del 8,3% interanual debido principalmente a los menores ingresos del servicio y mayores costes de energía registrados durante la mayor parte del año.

TELEFÓNICA REINO UNIDO

Nuestro anterior segmento Telefónica Reino Unido ha sido reemplazado por nuestro nuevo segmento VMED O2 UK en junio 2021 tras la constitución de JV VMED O2 UK, la *joint venture* entre Telefónica y Liberty Global. A modo de entendimiento este capítulo cubre los resultados financieros entre enero y mayo de 2021 de Telefónica Reino Unido hasta la constitución de la JV VMED O2 UK y la eliminación de este segmento. Ver información adicional en: Nota 2. Bases de presentación de los estados financieros consolidados. "Acuerdo entre Telefónica y Liberty Global plc para unir sus negocios en el Reino Unido".

En este apartado no se incluye la evolución de los accesos de Telefónica Reino Unido en 2020 y 2021. Los accesos de JV VMED O2 UK a diciembre de 2021 se muestran en el apartado a continuación: VMED O2 UK.

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

Millones de euros				
TELEFÓNICA REINO UNIDO	2020	2021	%Variación reportada	%Variación orgánica ⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	6.708	2.628	(60,8%)	(7,0%)
Negocio móvil⁽²⁾	6.476	2.532	(60,9%)	(7,2%)
Ingresos de terminales	1.816	642	(64,7%)	(9,8%)
Negocio fijo	232	96	(58,9%)	(1,2%)
Otros ingresos	178	73	(59,1%)	(1,9%)
Aprovisionamientos	(2.456)	(910)	(62,9%)	(9,3%)
Gastos de personal	(459)	(205)	(55,4%)	4,9%
Otros gastos	(1.907)	(667)	(65,0%)	(23,2%)
OIBDA	2.064	919	(55,5%)	10,0%
Amortizaciones	(389)	—	(99,9%)	(1,1%)
Amortizaciones de inmovilizado material e intangible	(322)	—	(99,9%)	(1,5%)
Amortizaciones de derechos de uso	(67)	—	(100,0%)	1,2%
Resultado Operativo (OI)	1.675	919	(45,1%)	26,2%
CapEx	913	933	2,2%	24,1%
OIBDA-CapEx	1.151	(14)	c.s.	c.s.

Notas:

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

⁽²⁾ A partir del 2020 los ingresos del Negocio Móvil de Telefónica Reino Unido incluyen algunos ingresos de servicios digitales móviles que previamente estaban en 'Importe Neto de la Cifra de Negocios', que no se detallaban. Los ingresos del 2019 se han reexpresado para reflejar este nuevo *reporting*.

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 2021/2020:

- **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 período del ejercicio anterior. En particular, se han utilizado los tipos de cambio promedio de enero a mayo de 2020 para los dos años.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de adquisiciones de espectro del CapEx en los primeros cinco meses de 2021, que ascendió a 515 millones de euros. En ese mismo periodo de 2020 no hubo inversión en espectro.
- **Cambios de perímetro:** se excluye el efecto de la desconsolidación de las compañías que conformaban el antiguo segmento Telefónica Reino Unido desde junio de 2021. Para excluir este impacto, la base comparativa de 2020 excluye los resultados de Telefónica Reino Unido desde junio a diciembre de 2020.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2021/2020 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 2021	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)		
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Efecto tipo de cambio	Cambio perímetro	Adquisición de espectro
Ventas y prestaciones de servicios	(60,8%)	(7,0%)	(0,0)	(57,8)	—
Otros ingresos	(59,1%)	(1,9%)	(0,0)	(58,2)	—
Aprovisionamientos	(62,9%)	(9,3%)	(0,0)	(59,1)	—
Gastos de personal	(55,4%)	4,9%	—	(57,4)	—
Otros gastos	(65,0%)	(23,2%)	(0,0)	(54,5)	—
OIBDA	(55,5%)	10,0%	(0,0)	(59,5)	—
Amortizaciones	(99,9%)	(1,1%)	—	(98,5)	—
Resultado Operativo (OI)	(45,1%)	26,2%	(0,1)	(50,4)	—
CapEx	2,2%	24,1%	(0,1)	(63,1)	56,5
OIBDA-CapEx	(100,0%)	0,5%	0,0	(56,6)	(44,8)

Análisis de los resultados

En el 2021, los **ingresos** de Telefónica Reino Unido ascendieron a 2.628 millones de euros con una disminución de 60,8% interanual en términos reportados debido al cambio de perímetro (-57,8 p.p.). Excluyendo este impacto, los ingresos decrecieron un 7,0%, principalmente afectados por el establecimiento del nuevo confinamiento en Reino Unido (de enero a abril de 2021), así como el cambio en el modelo de distribución tras la finalización del contrato con Dixons Carphone el 31 de marzo de 2020 que dio lugar a cambios en la asignación de ingresos de los ingresos móviles.

- Los **ingresos del negocio móvil** ascienden a 2.532 millones de euros en 2021, y disminuyen un 60,9% en términos reportados, afectados por el impacto del cambio de perímetro (-57,8 p.p.). Excluyendo estos impactos, los ingresos del negocio móvil decrecieron un 7,2%, resultado de las menores ventas de terminales derivado del nuevo confinamiento en Reino Unido, que resultó en el cierre de tiendas durante la primera parte del año 2021, menores ingresos de roaming por las restricciones de viajes debido a restricciones relacionadas con la pandemia del COVID-19 y el cambio en el modelo de distribución, consecuencia del cambio en el modelo de distribución tras la finalización del contrato con Dixons Carphone el 31 de marzo de 2020.

El OIBDA en el 2021 alcanzó 919 millones de euros, con un descenso interanual del 55,5% en términos reportados. En términos orgánicos, el OIBDA creció interanualmente un 10,0%.

El **Resultado Operativo (OI)** ascendió a 919 millones de euros en 2021, decreciendo un 45,1% en términos reportados principalmente debido al impacto del cambio de perímetro de consolidación (+50,4 p.p.) y en menor medida al impacto del tipo de cambio (-0,1 p.p.). Excluyendo estos impactos, el Resultado Operativo presenta un crecimiento del 26,2% interanual gracias a un estricto control del gasto así como por el impacto positivo en gastos del cambio en el modelo de distribución, que resultó en menores comisiones por parte de Telefónica Reino Unido.

VMED O2 UK

Después de la aprobación final de la CMA para la *joint venture* entre Telefónica y Liberty Global a 1 de junio de 2021, nuestro anterior segmento Telefónica Reino Unido fue reemplazado por nuestro nuevo segmento JV VMED O2 UK. Adicionalmente, Telefónica dejó de consolidar los resultados de las compañías de nuestro antiguo segmento Telefónica Reino Unido en sus resultados consolidados y según lo establecido en la normativa contable para negocios conjuntos empezó a registrar los resultados de la JV VMED O2 UK bajo el método de puesta en equivalencia. A partir del 1 de junio de 2021, a efectos de los resultados consolidados del Grupo, la participación de Telefónica en los resultados de JV VMED O2 UK se presentan en una única línea de la cuenta de resultados en "Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia". Sin embargo, en la explicación del segmento JV VMED O2 UK, la información se presenta bajo criterio de gestión, es decir, al 100%. La información de este segmento se refiere al período de 1 de junio de 2021 a 31 de diciembre de 2021. Ver información adicional en: Nota 2. Bases de presentación de los estados financieros consolidados. "Acuerdo entre Telefónica y Liberty Global plc para unir sus negocios en el Reino Unido".

En los primeros siete meses de actividad, JV VMED O2 UK, mantuvo su foco comercial, resultando en un rendimiento sólido operacional.

JV VMED O2 UK lanzó en octubre de 2021 su primer producto convergente en consumo y autónomos denominado 'Volt', tanto para nuevos clientes como ya existentes, aprovechando las capacidades conjuntas al

combinar por primera vez la fortaleza de la banda ancha de alta velocidad de Virgin Media con la red móvil de O2.

JV VMED O2 UK continúa invirtiendo en el futuro y sigue comprometida con su objetivo de mejorar la conectividad del Reino Unido: JV VMED O2 UK alcanzó 15,6M de UUII en su despliegue de alta velocidad, posicionándose, así como la red de banda ancha más amplia y veloz del Reino Unido, y ha continuado con la actualización de velocidad gigabit.

El proyecto 'Lightning' (proyecto para el desarrollo de la red fija, lanzado en el 2015) cubre 336 mil UUII más en 2021, habiéndose desplegado ya 2,7 millones de UUII. Además, continúa la expansión del 5G, estando disponible ya en 300 ciudades y la compañía confirma el objetivo de alcanzar una cobertura poblacional del 50% del Reino Unido en 2023.

En línea con el compromiso de potenciar los beneficios de digitalización, la compañía ha mejorado la experiencia de los clientes en sus tiendas gracias a la nueva tecnología de IA, ha creado el primer banco de datos nacional del Reino Unido (que proporciona datos móviles gratuitos para hacer frente a la pobreza de datos y ha lanzado el servicio gratuito 'Net Zero Hub' para facilitar a las pequeñas empresas lograr cero emisiones netas).

La siguiente tabla muestra, a 31 de diciembre de 2021, los accesos de la JV VMED O2 UK, y, a 31 de diciembre de 2020, el agregado de los accesos de nuestro segmento anterior de Telefónica Reino Unido y Virgin Media:

ACCESOS

Miles de accesos	2020	2021	%Var.Reportada
Banda ancha	5.449,5	5.626,7	3,3%
UBB	5.420,3	5.596,8	3,3%
Accesos móviles	30.336,6	32.276,8	6,4%
Prepago	8.251,8	8.119,1	(1,6%)
Contrato	15.594,2	15.938,1	2,2%
IoT	6.490,6	8.219,7	26,6%
Accesos minoristas	44.067,7	46.021,1	4,4%
Accesos mayoristas	9.210,9	9.966,6	8,2%
Total accesos	53.278,6	55.987,8	5,1%

Los **accesos totales** crecieron un 5,1% a nivel interanual y se situaron en 56,0 millones a 31 de diciembre de 2021, principalmente por el incremento en la base de accesos móviles que creció un 6,4% hasta alcanzar los 32,3 millones.

Los **accesos móviles de contrato** crecieron un 2,2% interanual y alcanzaron los 15,9 millones con una ganancia neta de 344 mil nuevos accesos en 2021 a medida que la actividad comercial vuelve a un nivel más normalizado dado que las restricciones debidas a la pandemia del COVID-19 se han aliviado.

Los **accesos móviles de prepago** decrecieron un 1,6% interanualmente y alcanzaron 8,1 millones con una pérdida neta de 133 mil nuevos accesos a 31 de diciembre de 2021.

Los **accesos móviles IoT** crecieron un 26,6% interanualmente y alcanzaron los 8,2 millones de accesos a 31 de diciembre de 2021 gracias a la recuperación del ritmo de despliegue en el programa de Smart Metering (uno de los proyectos de IoT más grandes del mundo).

Los accesos de banda ancha crecieron un 3,3% interanualmente y alcanzaron 5,6 millones con una ganancia neta de 177 mil accesos nuevos a 31 de diciembre de 2021, reflejando el aumento de la demanda por mayores velocidades.

La siguiente tabla muestra los resultados de VMED O2 UK del 1 de junio al 31 de diciembre de 2021:

1 de junio a 31 de diciembre de 2021	
Millones de euros	VMED O2 UK
Ventas y prestación de servicios	7.223
Otros ingresos	290
Gastos operativos	(5.063)
OIBDA	2.450
Amortizaciones	(2.395)
Resultado operativo	55
Ingresos financieros	27
Gastos financieros	(504)
Diferencias de cambio	122
Resultado antes de impuestos	(300)
Impuestos	65
Resultado del periodo	(235)
50% atribuible a Grupo Telefónica	(117)
Retribución basada en acciones	14
Participación en resultados de inversiones puestas en equivalencia	(103)

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 7.223 millones de euros en el período 1 de junio a 31 de diciembre de 2021 reflejando la combinación de productos y servicios móvil fijos aportados por la nueva compañía a los clientes de Reino Unido por Telefónica Reino Unido y Virgin Media.

El **OIBDA** ascendió a 2.450 millones de euros en el período de 1 de junio a 31 de diciembre de 2021 incluyendo diversos costes de reestructuración y otros costes de integración.

Las **amortizaciones** ascendieron a 2.395 millones de euros en el período de 1 de junio a 31 de diciembre de 2021.

El **resultado Operativo (OI)** alcanzó los 55 millones de euros en el período de 1 de junio a 31 de diciembre de 2021.

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	2020	2021	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	2.180,2	2.179,6	0,0%
Banda ancha	2.261,1	2.262,3	0,1%
UBB	1.797,8	1.856,8	3,3%
Accesos móviles	44.274,8	45.693,6	3,2%
Prepago	19.283,3	18.973,0	(1,6%)
Contrato	23.581,3	25.107,8	6,5%
IoT	1.410,1	1.612,8	14,4%
Accesos minoristas	48.804,7	50.219,3	2,9%
Total accesos	48.804,7	50.219,3	2,9%

Notas:

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

Durante 2021, Telefónica Alemania se beneficia de una fuerte tracción comercial gracias al continuo impulso de su actividad principal y alta demanda del portafolio "O2 Free". Este impulso comercial se apalanca en la paridad de la red, como demuestra la reconfirmación a Telefónica Alemania de la calificación de "muy buena" en el test más relevante de redes de la revista "Connect" y en los bajos niveles históricos de *churn*. Como resultado, Telefónica Alemania mantiene un impulso financiero a lo largo del año 2021, registrando los niveles más altos de ingresos y OIBDA en la historia de la compañía.

Durante 2021, los principales hitos de Telefónica Alemania son:

- En mayo de 2021, Telefónica Alemania y 1&1 han acordado las estipulaciones a largo plazo para la futura cooperación en un Acuerdo de Roaming Nacional. Como parte de este acuerdo, 1&1 retira las cláusulas de revisión de precios que se mantenían activas y Telefónica Alemania ha asegurado valiosas fuentes de ingresos en el largo plazo.
- La red 5G alcanzó una cobertura del 30% de la población en Alemania con todas las frecuencias 5G disponibles al final de 2021.
- Al mismo tiempo, la compañía ha completado el apagado de la red 3G, mejorando el ratio de eficiencia energética de su red O2 en un 78% comparado con el año 2015 basado en el consumo de energía por volumen de datos (GWh/PB).

Los **accesos totales** crecieron un 2,9% a nivel interanual y se situaron en los 50,2 millones a 31 de diciembre de 2021, explicado principalmente por el aumento del 3,2% en los clientes móviles (45,7 millones de clientes).

Los **accesos móviles de contrato** crecieron un 6,5% a nivel interanual y alcanzaron los 25,1 millones de clientes, incrementando el peso hasta el 54,9% sobre la base total móvil. La ganancia neta alcanza 1,5 millones de accesos, reflejando la sostenida demanda del portafolio O2 Free y la sólida contribución de las marcas asociadas. El churn de contrato se mantiene en niveles mínimos históricos.

Los **accesos móviles de prepago** decrecieron un 1,6% interanualmente hasta llegar a los 19,0 millones de clientes, reflejando la continua tendencia del mercado de migración de prepago a contrato, con una pérdida neta del segmento prepago de 310 mil accesos en 2021.

Los **accesos de banda ancha** se mantienen en 2,3 millones de clientes (+0,1% interanual) registrando una ganancia neta de 1,2 mil accesos en 2021, en un mercado enfocado en alta velocidad.

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

Millones de Euros				
TELEFÓNICA ALEMANIA	2020	2021	%Variación reportada	%Variación orgánica⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	7.532	7.765	3,1%	3,1%
Negocio móvil	6.730	6.942	3,2%	3,2%
Ingresos de terminales	1.423	1.450	1,9%	1,9%
Negocio fijo	785	814	3,6%	3,6%
Otros ingresos	136	140	3,0%	5,8%
Aprovisionamientos	(2.435)	(2.403)	(1,3%)	(1,3%)
Gastos de personal	(611)	(585)	(4,2%)	(1,0%)
Otros gastos	(2.313)	(2.493)	7,8%	8,0%
OIBDA	2.309	2.424	5,0%	4,0%
Amortizaciones	(2.394)	(2.394)	0,0%	0,0%
Amortizaciones de inmovilizado material e intangible	(1.862)	(1.809)	(2,8%)	(2,8%)
Amortizaciones de derechos de uso	(532)	(585)	10,1%	10,1%
Resultado Operativo (OI)	(85)	30	c.s.	c.s.
CapEx	1.094	1.284	17,3%	17,3%
OIBDA-CapEx	1.215	1.140	(6,1%)	(7,5%)

Notas:

⁽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 Alemania, se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2021/2020:

- **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 37 millones de euros en 2021 y 2020, respectivamente.
- **Venta de espectro:** la variación orgánica excluye el efecto de la plusvalía por la venta de espectro en los resultados de 2020 (-5 millones de euros de impacto en OIBDA).

La siguiente tabla muestra las variaciones 2021/2020 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 2021	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)	
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Gastos de reestructuración	Venta de espectro
Ventas y prestaciones de servicios	3,1%	3,1%	—	—
Otros ingresos	3,0%	5,8%	—	(2,6)
Aprovisionamientos	(1,3%)	(1,3%)	—	—
Gastos de personal	(4,2%)	(1,0%)	(3,3)	—
Otros gastos	7,8%	8,0%	0,2	(0,4)
OIBDA	5,0%	4,0%	0,7	0,2
Amortizaciones	0,0%	0,0%	—	—
Resultado Operativo (OI)	(135,8%)	(135,8%)	(18,0)	(6,4)
CapEx	17,3%	17,3%	—	—
OIBDA-CapEx	(6,1)	(7,5%)	1,3	0,4

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 7.765 millones de euros en 2021, con un crecimiento interanual del 3,1%, debido a los mayores ingresos tanto del negocio móvil como del negocio fijo.

- Los **ingresos del negocio móvil** se situaron en 6.942 millones de euros, creciendo un 3,2% en términos reportados. Esta tendencia positiva refleja el fuerte impulso comercial y el éxito de la marca O2.
- Los **ingresos de terminales** ascendieron a 1.450 millones de euros, con un crecimiento de 1,9% interanual en términos reportados debido a la fuerte demanda de terminales móviles de alto valor.

- Los **ingresos fijos** alcanzaron 814 millones de euros, creciendo un 3,6% a nivel interanual en términos reportados, gracias al fuerte incremento de la base de clientes y un mayor porcentaje de clientes VDSL.

El **ARPU móvil** se situó en 10,0 euros (+1,1% a nivel interanual), debido al mayor ARPU de prepago que incrementa un 4,0%, mientras que el ARPU de contrato decrece un 1,3% a nivel interanual. El ARPU de datos fue de 6,1 euros (+3,6% interanual), impulsado por el éxito del portafolio O2 Free.

TELEFÓNICA ALEMANIA	2020	2021	%Var.
ARPU (EUR)	9,9	10,0	1,1%
Prepago	6,1	6,3	4,0%
Contrato ⁽¹⁾	13,6	13,5	(1,3%)
ARPU de datos (EUR)	5,9	6,1	3,6%

⁽¹⁾ Excluye IoT.

El **OIBDA** alcanzó los 2.424 millones de euros en 2021, creciendo un 5,0% en términos reportados. En términos orgánicos, el **OIBDA** creció un 4,0% interanual.

Las **amortizaciones** ascendieron a 2.394 millones de euros en 2021, manteniéndose en línea con el año anterior (0,0%), donde el efecto positivo en 2020 por la finalización de la vida útil de las licencias UMTS (Universal Mobile Telephone System por sus siglas en inglés) se ve compensado por la finalización del apagado 3G en el 2021, mayor modernización de la red y el incremento de amortización de derechos de uso.

El **Resultado Operativo (OI)** se situó en 30 millones de euros en 2021, comparado con los -85 millones de euros en 2020. En términos orgánicos, la comparativa interanual fue impactada positivamente por la mejora de los ingresos y las continuas medidas en gestión de costes y en generación de eficiencias.

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	2020	2021	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	8.994,8	7.506,5	(16,5%)
Banda ancha	6.315,0	6.262,0	(0,8%)
UBB	5.084,2	5.535,3	8,9%
FTTH	3.377,7	4.608,7	36,4%
Accesos móviles	78.523,7	83.912,3	6,9%
Prepago	33.662,5	34.287,3	1,9%
Contrato	34.418,2	37.166,7	8,0%
IoT	10.443,0	12.458,3	19,3%
TV de Pago	1.247,7	1.114,8	(10,6%)
IPTV	890,8	916,8	2,9%
Accesos minoristas	95.145,0	98.853,2	3,9%
Total accesos	95.157,9	98.854,2	3,9%

Notas:

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

En el año 2021, Telefónica Brasil ha mantenido el liderazgo en el segmento móvil de mayor valor (37,0% de cuota de mercado a 31 de diciembre de 2021, fuente: ANATEL), lo que ha permitido a la operadora crecer en ingresos del servicio móvil (en moneda local) y mitigar el impacto de la pandemia del COVID-19. En el negocio fijo, Telefónica Brasil continuó poniendo el foco en la implementación de tecnologías estratégicas, como la fibra, que permite capturar clientes de valor, dando acceso además al servicio de Televisión por Protocolo de Internet (IPTV por sus siglas en inglés) y que ayuda a incentivar la demanda de productos convergentes, compensando parcialmente la caída del negocio fijo tradicional desde septiembre.

Telefónica Brasil alcanzó 98,9 millones de **accesos** a 31 de diciembre de 2021, un 3,9% superior a diciembre de 2020, debido al crecimiento sostenido en el negocio móvil tanto en pospago como en prepago, en FTTH y, en menor medida, IPTV, que compensan la caída del negocio de voz fija debido a la continua migración de fijo a móvil, incentivada por ofertas de voz ilimitada en el mercado, la contracción de la base de clientes de menor valor de banda ancha fija, y la pérdida de clientes de DTH como consecuencia de la decisión estratégica de la compañía de discontinuar tecnologías legadas.

En el **negocio móvil**, Telefónica Brasil mantuvo el liderazgo en términos de accesos totales, con una cuota de mercado de accesos del 33,1% a 31 de diciembre de 2021 (fuente: ANATEL) creciendo tanto en términos de clientes de contrato (+8,0% interanual) como en base de prepago (+1,9% interanual). La estrategia de Telefónica Brasil sigue enfocada en fortalecer la base de clientes de alto valor, alcanzando una cuota de mercado en contrato de 37,0% a 31 de diciembre de 2021 (fuente: ANATEL).

Las ofertas comerciales de contrato se centran en Vivo SELFIE y cuenta con planes de datos, que mejoran los cupos sujetos a la suscripción a factura digital y bono de portabilidad de 10GB por un año; la misma se completa con capacidad de accesos a servicios OTT a elección (por ej: Disney+, Netflix, Spotify, Globoplay, Amazon Prime, Premiere, etcétera). Se mantiene el servicio de Vivo Travel de roaming incluido para voz y datos en una selección de países de América, Europa y resto del mundo, según el plan. Para los clientes de mayor valor se mantienen los planes Familia, que tienen mayor cantidad de apps disponibles e incorporan de uno a cuatro miembros extra gratis en función del plan contratado. Adicionalmente, cuentan con Vivo Easy, con planes flexibles que van de 1GB a 100GB y le permiten al cliente adaptarlo de acuerdo con sus necesidades (incluye WhatsApp, llamadas y SMS ilimitados). En el segmento prepago Telefónica Brasil ofrece VIVO PreTurbo (incluye WhatsApp y minutos ilimitados) y permite compartir datos con amigos. Todo ello apoyado en la interacción con el cliente a través del asistente virtual AURA en la aplicación Meu VIVO, transformando los canales de atención para mejorar la experiencia del usuario.

Los accesos de **telefonía fija** decrecen un 16,5% interanual debido a la sustitución fijo-móvil antes comentada.

En **banda ancha fija**, Telefónica Brasil mantuvo su foco estratégico en el despliegue de fibra, alcanzando a 31 de diciembre de 2021 un total de 27,5 millones de unidades inmobiliarias pasadas con acceso FTTH, de las cuales 19,6 millones corresponden a accesos FTTH. Adicionalmente, continúa desarrollando sus modelos alternativos de despliegue para acelerar la expansión de la fibra con menor CapEx y un *time to market* reducido.

Telefónica Brasil superó los 5,5 millones de hogares conectados con FTTx, de los cuales 4,6 millones de hogares corresponden a conexiones FTTH, con crecimientos al 31 de diciembre de 2021 del 8,9% y del 36,4% interanual, respectivamente. Este crecimiento compensa parcialmente la caída de los otros accesos de banda ancha, como el ADSL, lo que sitúa los accesos minoristas de banda ancha en 6,3 millones al 31 de diciembre de 2021, decreciendo un 0,8% interanual.

Los clientes de **TV de pago** alcanzaron 1,1 millones a 31 diciembre de 2021, disminuyendo un 10,6%

interanualmente debido a una actividad comercial más selectiva y basada en captación de valor y a la decisión estratégica de discontinuar el servicio de DTH, cuyo parque decrece 44,5% interanual. Dicha contracción de base se compensa parcialmente con el crecimiento de los accesos de IPTV del 2,9%. De esta forma, los clientes de IPTV representan un 82,2% del total de accesos de TV de Pago al cierre de diciembre de 2021.

La siguiente tabla muestra la evolución de los resultados de Telefónica Brasil del año 2021 en comparación con el año 2020:

Millones de Euros

TELEFÓNICA BRASIL	2020	2021	%Variación reportada	%Variación orgánica⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	7.422	6.910	(6,9%)	2,1%
Negocio móvil	4.891	4.610	(5,7%)	3,4%
Ingresos de terminales	426	415	(2,5%)	6,9%
Negocio fijo	2.531	2.300	(9,1%)	(0,3%)
Otros ingresos	325	474	45,5%	29,2%
Aprovisionamientos	(1.252)	(1.216)	(2,9%)	6,5%
Gastos de personal	(792)	(799)	0,9%	10,6%
Otros gastos	(2.515)	(2.231)	(11,3%)	1,1%
OIBDA	3.188	3.138	(1,6%)	1,8%
Amortizaciones	(1.965)	(1.918)	(2,4%)	7,0%
Amortizaciones de inmovilizado material e intangible	(1.581)	(1.488)	(5,9%)	3,2%
Amortizaciones de derechos de uso	(384)	(430)	11,9%	22,7%
Resultado Operativo (OI)	1.223	1.220	(0,2%)	(6,6%)
CapEx	1.372	2.069	50,8%	11,5%
OIBDA-CapEx	1.816	1.069	(41,1%)	(5,3%)

Notas:

- La apertura de los 'Ingresos móviles' ha cambiado para destacar los 'Ingresos de terminales', que es una partida de la 'Cuenta de resultado' más específica y volátil, mientras que agrupamos el resto de 'Ingresos móviles' en una sola cifra que incluye los ingresos móviles residenciales, los ingresos móviles mayoristas, servicios de valor añadido, etc.

⁽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 2021/2020:

- **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 2020 para los dos años.
- **Decisión judicial PIS/COFINS:** se excluye de la variación orgánica 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) por importe de 243 millones de euros de impacto en OIBDA.
- **Contingencias:** se excluye el impacto de la provisión de determinadas contingencias tributarias y regulatorias en Telefónica Brasil por importe de 154 millones de euros de impacto negativo en OIBDA.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico del Capex que ascendió a 706 millones de euros en 2021 (32 millones de euros en 2020).
- **Plusvalías o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2021 el resultado

obtenido en la constitución de Fiberco Brasil por importe de 90 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2021/2020 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 2021	Variación interanual		Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)				
	% Var. reportada	% Var. orgánica	Efecto tipo de cambio	Decisión judicial PIS/COFINS	Contingencias	Adquisición de espectro	Resultado en venta de empresas
Ventas y prestaciones de servicios	(6,9%)	2,1%	(9,0)	—	—	—	—
Otros ingresos	45,5%	29,2%	(11,4)	—	—	—	27,7
Aprovisionamientos	(2,9%)	6,5%	(9,4)	—	—	—	—
Gastos de personal	0,9%	10,6%	(9,7)	—	—	—	—
Otros gastos	(11,3%)	1,1%	(8,6)	(10,6)	6,7	—	—
OIBDA	(1,6%)	1,8%	(9,2)	8,4	(5,3)	—	2,8
Amortizaciones	(2,4%)	7,0%	(9,4)	—	—	—	—
Resultado Operativo (OI)	(0,2%)	(6,6%)	(8,9)	21,8	(13,8)	—	7,4
CapEx	50,8%	11,5%	(14,6)	—	—	54,1	—
OIBDA-CapEx	(41,1%)	(5,3%)	(5,2)	14,7	(9,3)	(40,9)	5,0

Análisis de los resultados

En 2021, los **ingresos** ascendieron a 6.910 millones de euros y decrecen un 6,9% en términos reportados afectados principalmente por la depreciación del real brasileño (-9,0 p.p.). En términos orgánicos, crecen un 2,1%, principalmente debido a los ingresos del servicio impulsados por el negocio móvil y por los negocios asociados a nuevas tecnologías (FTTH, IPTV y servicios digitales) y a la venta de terminales, que compensan la erosión de los ingresos asociados a voz y acceso tradicional.

- Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron a 4.610 millones de euros en el 2021, con una caída del 5,7% en términos reportados debido principalmente a la depreciación del real brasileño (-9,1 p.p.). Excluyendo este impacto, los ingresos del negocio móvil se incrementan un 3,4%. En términos orgánicos, los ingresos del servicio móvil crecen un 3,0% impulsados por crecimiento en la base de clientes, y con mayor peso de los clientes de contrato en el mix, cuyo consumo está orientado al uso de datos y otros servicios sobre la conectividad. La venta de terminales, por su parte, crece un 6,9% en términos orgánicos, a pesar del cierre temporal de tiendas por la pandemia, efecto que logra compensarse con mayores ventas en canales digitales.
- Los **ingresos del negocio fijo** ascendieron a 2.300 millones de euros en el 2021, decreciendo un 9,1% en términos reportados debido principalmente al impacto de la depreciación del real brasileño (-8,8 p.p.). Excluyendo este efecto, los ingresos disminuyeron un

0,3%, principalmente explicado por la caída de los ingresos de voz, fruto del menor tráfico debido a la sustitución fijo-móvil. Esta caída fue parcialmente compensada por el incremento en los ingresos de banda ancha (+7,2% interanual en términos orgánicos), apoyado en el crecimiento de los ingresos de fibra, impulsados por el crecimiento de la base de clientes.

El **ARPU móvil** cayó interanualmente un 12,3% en términos reportados, debido principalmente a la depreciación del real brasileño. En moneda local, el ARPU móvil decreció un 3,9% interanual como consecuencia de que la expansión de la base de contrato se dio principalmente en las tarifas de entrada al segmento; y en prepago por reducción de las ayudas del gobierno que afectó las recargas.

TELEFÓNICA BRASIL	2020	2021	%Var.	%Var. moneda local
ARPU móvil (EUR)	4,7	4,2	(12,3%)	(3,9%)
Prepago	2,2	2,0	(12,2%)	(3,7%)
Contrato ⁽¹⁾	8,4	7,4	(12,3%)	(3,8%)
ARPU de datos (EUR)	3,7	3,1	(15,5%)	(6,6%)

⁽¹⁾ Excluye IoT.

El OIBDA se situó en 3.138 millones de euros en 2021, decreciendo un 1,6% en términos reportados. En términos orgánicos, el OIBDA crece un 1,8%.

Las **amortizaciones** ascendieron a 1.918 millones de euros en 2021, reduciéndose un 2,4% interanualmente en términos reportados, impactadas por la depreciación del real brasileño (-9,4 p.p.). En términos orgánicos, las amortizaciones crecieron un 7,0% interanualmente por las mayores inversiones de inmovilizado.

El **Resultado Operativo (OI)** se situó en 1.220 millones de euros en el 2021, reduciéndose un 0,2% en términos reportados. Esta variación se debe al impacto de la provisión de determinadas contingencias tributarias y regulatorias (-13,8 p.p.) y a la depreciación del real brasileño (-8,9 p.p.), parcialmente compensado por 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) (+21,8 p.p.) y el efecto de la plusvalía de la constitución de FiBrasil (+7,4 p.p.). En términos orgánicos, el resultado operativo descendió un 6,6%, asociado al incremento en amortizaciones.

TELEFÓNICA HISPAM

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

ACCESOS

Miles de accesos	2020	2021	%Var. Reportada
Accesos de telefonía fija ⁽¹⁾	7.835,0	7.034,1	(10,2%)
Banda ancha	5.447,3	5.756,9	5,7%
UBB	3.695,0	4.432,2	20,0%
FTTH	3.417,6	4.259,0	24,6%
Accesos móviles	92.204,5	94.612,6	2,6%
Prepago	66.206,7	66.075,3	(0,2%)
Contrato	22.000,2	23.799,6	8,2%
IoT	3.997,6	4.737,6	18,5%
TV de Pago	2.856,8	2.905,3	1,7%
IPTV	577,7	913,2	58,1%
Accesos minoristas	108.488,6	110.395,5	1,8%
Total accesos	108.509,1	110.414,7	1,8%

Notas:

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

Los **accesos totales** de Telefónica Hispam alcanzaron 110,4 millones al 31 de diciembre de 2021 (+1,8% interanual), como consecuencia de mayores accesos en móviles y en FTTH.

Los **accesos móviles** totalizan 94,6 millones de clientes y crecen un 2,6% interanual debido principalmente a los mayores clientes de postpago.

- Los accesos de **contrato** incrementan un 8,2% interanual debido a los mayores accesos registrados en Chile (+15,0%), Colombia (+14,2%) y Perú (+13,7%), ligeramente contrarrestados por las caídas en Venezuela (-8,9%). Esta buena evolución se debe principalmente a la recuperación de la actividad comercial y a las atractivas ofertas comerciales.
- Los accesos de **prepago** caen un 0,2% interanual, resultando en una pérdida neta de 131 mil accesos a 31 de diciembre de 2021. Esta evolución se debe principalmente a la pérdida de clientes en México (-2,2 millones de accesos) como resultado de la desconexión de líneas sin recargas y a la desconexión del 2G sin impacto en ingresos. Adicionalmente, los accesos en Chile decrecen en 355 mil accesos. La variación interanual se ve parcialmente compensada con fuertes crecimientos en Colombia (+1,9 millones de accesos), Perú (+597 mil accesos), Argentina (+533 mil accesos) y Ecuador (+535 mil accesos).

Los accesos del **negocio fijo tradicional** se sitúan en 7,0 millones a 31 de diciembre de 2021 (-10,2% interanual) con una pérdida neta de 801 mil accesos, asociada a la continua erosión del negocio fijo tradicional, si bien el mix de accesos ha mejorado (mayor peso de accesos de valor, banda ancha principalmente).

Los accesos de **banda ancha** alcanzan los 5,8 millones de clientes a 31 de diciembre de 2021 (+5,7% interanual). La penetración de accesos de banda ancha fija sobre accesos del negocio tradicional se sitúa en el 81,8% (+12,3 p.p. interanuales), como resultado del foco en el despliegue de Ultra Broadband (UBB) en la región, alcanzando 4,4 millones de accesos (+20,0% interanual) y 14,5 millones de unidades inmobiliarias. La penetración de los accesos de UBB sobre accesos de banda ancha fija se sitúa en el 77,0% (+9,2 p.p. interanual).

Los accesos de **TV de pago** se sitúan en 2,9 millones a 31 de diciembre de 2021, con un crecimiento del 1,7% interanual con una ganancia neta de 48 mil clientes, principalmente como resultado del incremento del IPTV (+336 mil accesos), foco principal estratégico de la compañía, contrarrestado parcialmente por el menor número de accesos con tecnología Direct-To-Home (DTH), debido a la pérdida de foco de la compañía en dicha tecnología (-266 mil accesos) y por los menores accesos de cable (-21 mil accesos).

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

Millones de Euros

TELEFÓNICA HISPAM	2020	2021	%Variación reportada	%Variación orgánica⁽¹⁾
Importe neto de la cifra de negocios	7.922	8.362	5,5%	5,1%
Negocio móvil	5.070	5.444	7,4%	5,4%
Ingresos de terminales	1.111	1.398	25,8%	18,8%
Negocio fijo	2.836	2.907	2,5%	5,1%
Otros ingresos	253	582	130,3%	(28,3%)
Aprovisionamientos	(2.466)	(2.856)	15,8%	15,0%
Gastos de personal	(999)	(1.174)	17,6%	(4,5%)
Otros gastos	(3.720)	(3.196)	(14,1%)	(1,9%)
OIBDA	990	1.718	73,5%	3,4%
Amortizaciones	(2.274)	(1.873)	(17,6%)	(5,4%)
Amortizaciones de inmovilizado material e intangible	(1.826)	(1.451)	(20,5%)	(9,0%)
Amortizaciones de derechos de uso	(448)	(422)	(5,9%)	11,7%
Resultado Operativo (OI)	(1.284)	(155)	(87,9%)	(223,7%)
CapEx	833	978	17,4%	5,2%
OIBDA-CapEx	157	740	370,7%	2,0%

Nota:

La apertura de los 'Ingresos móviles' ha cambiado para destacar los 'Ingresos de terminales', que es una partida de la 'Cuenta de resultado' más específica y volátil, mientras que agrupamos el resto de 'Ingresos móviles' en una sola cifra que incluye los ingresos móviles residenciales, los ingresos móviles mayoristas, servicios de valor añadido, etc.

⁽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 se han realizado los siguientes ajustes con el objeto de calcular las variaciones en términos orgánicos 2021/2020:

- **Efecto de la variación de los tipos de cambio:** se excluye el efecto del tipo de cambio (excepto para países con economías hiperinflacionarias como Argentina y Venezuela) asumiendo tipos de cambio constantes promedio de 2020 para los dos periodos.
- **Variación reportada por compañías en países con hiperinflación:** se excluye la variación reportada de compañías en países hiperinflacionarios (Venezuela y Argentina). En términos reportados en 2021, las ventas de estas compañías crecieron 327 millones de euros, y el OIBDA y el resultado operativo se redujeron en 112 y 107 millones de euros, respectivamente, comparado con 2020.
- **Gastos de reestructuración:** se excluye el impacto en OIBDA y en resultado operativo de gastos de reestructuración en 2021 y 2020 por importe de 174 millones de euros y 17 millones de euros, respectivamente.
- **Adquisición de espectro:** se excluye el impacto de las adquisiciones de espectro radioeléctrico por importe de 131 millones de euros en 2021 en Chile. No hubo adquisiciones de espectro en 2020.
- **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 supone que la infraestructura de transmisión se apague, liberando espectro concesionado) tras el acuerdo alcanzado con AT&T en 2019, lo que tuvo un impacto negativo en amortizaciones y resultado operativo de 88 millones de euros en 2021 (320 millones de euros en 2020).
- **Deterioro de fondos de comercio y otros activos:** se excluye el deterioro del fondo de comercio de Telefónica Perú en 2021, por importe de 393 millones de euros. En 2020, se excluye el deterioro del fondo de comercio y de ciertos activos asignados a Telefónica Argentina, por importe de 894 millones de euros, de los cuales 519 millones de euros son de deterioro del fondo de comercio, y 375 millones de euros de deterioro de activos no corrientes.
- **Cambio en el perímetro de consolidación:** se excluyen del perímetro de consolidación los resultados de InfraCo, SpA desde el 1 de julio hasta el 31 de diciembre de 2020.
- **Plusvalía o minusvalías en venta de compañías:** la variación orgánica excluye en 2021 el resultado por la venta del 60% de las acciones de la compañía de InfraCo, SpA por importe de 409 millones de euros.

La siguiente tabla muestra las variaciones 2021/2020 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:

Variación interanual			Aportación al crecimiento reportado (puntos porcentuales)								
TELEFÓNICA HISPAM 2021	% Variación reportada	% Variación orgánica	Efecto tipo de cambio	Var. reportada de países con hiperinflación	Gastos reestructuración	Adquisición de espectro	Transformación T.México	Deterioro fondo de comercio	Cambio de Perímetro	Fibra Chile	Resultado en venta de empresas
Otros ingresos	130,3%	(28,3%)	(2,6)	—	—	—	—	—	—	—	160,9
Aprovisionamientos	15,8%	15,0%	(4,0)	4,7	—	—	—	—	—	—	—
Gastos de personal	17,6%	(4,5%)	(3,3)	9,2	16,2	—	—	—	—	—	—
Otros gastos	(14,1%)	(1,9%)	(3,2)	3,1	—	—	—	(13,5)	0,8	—	—
OIBDA	73,5%	3,4%	(6,8)	0,5	(16,4)	—	—	50,6	(2,0)	—	41,1
Amortizaciones	(17,6%)	(5,4%)	(2,7)	(0,1)	—	—	(10,2)	—	—	—	—
Resultado Operativo (OI)	(87,9%)	(223,7%)	0,4	(0,5)	12,6	—	(18,1)	(39,0)	1,5	—	(31,7)
CapEx	17,4%	5,2%	(3,6)	2,6	—	15,6	—	—	(2,8)	0,5	—
OIBDA-CapEx	370,7%	2,0%	(23,3)	(10,7)	(103,3)	(82,9)	—	318,6	2,5	(2,8)	258,8

Análisis de los resultados

Los **ingresos** ascendieron a 8.362 millones de euros en 2021, creciendo un 5,5% interanual en términos reportados. Este crecimiento está impactado positivamente por la variación reportada de las compañías en países con hiperinflación que aporta 4,2 p.p., restando el efecto del tipo de cambio 3,9 p.p. En términos orgánicos, los ingresos crecieron un 5,1%, debido principalmente al crecimiento de los ingresos por venta de terminales, a la mejoría de los ingresos del servicio B2C (Business to Customer) y B2B (Business to Business) y al crecimiento de los ingresos fijos de banda ancha y nuevos servicios y de televisión.

Los **ingresos del negocio móvil** ascendieron a 5.444 millones de euros en 2021, creciendo un 7,4% en términos reportados. Este crecimiento está impactado por la variación reportada en compañías en países con hiperinflación que aporta 5,2 p.p., restando el efecto del tipo de cambio 3,2 p.p. En términos orgánicos, los ingresos crecieron un 5,4% interanual debido principalmente a los mayores ingresos por venta de terminales, debido a la recuperación de la actividad comercial y a los mayores ingresos pospago y prepago B2C (Business to Customer). El comportamiento de los ingresos del negocio móvil por país fue el siguiente:

- En Chile, los ingresos del negocio móvil ascendieron a 1.002 millones de euros en 2021, creciendo un 8,1% interanual en términos reportados. Excluyendo el efecto tipo de cambio que resta 0,6 puntos porcentuales, los ingresos crecieron un 7,5%, explicado principalmente por los mayores ingresos de terminales y recuperación en el crecimiento del servicio móvil y la banda ancha móvil.

- En Perú, los ingresos del negocio móvil ascendieron a 761 millones de euros en 2021, decreciendo un 0,4% interanual en términos reportados, impactados por el tipo de cambio, que resta 15,2 puntos porcentuales. Excluyendo este efecto, los ingresos crecieron un 14,8%, principalmente por la recuperación de los ingresos por venta de terminales, debido a la mayor actividad comercial, así como los mayores ingresos del servicio con crecimiento de ingresos medio por cliente y contención de las bajas de clientes.
- En Colombia, los ingresos del negocio móvil ascendieron a 797 millones de euros en 2021, creciendo un 4,3% en términos reportados. Excluyendo el efecto tipo de cambio, que resta 5,7 puntos porcentuales, los ingresos crecieron un 9,9% apalancados por el buen desempeño de los ingresos de terminales, ingresos de pospago B2C (Business to Customer) debido a la mayor actividad comercial y buen comportamiento del churn, mayores ingresos prepago B2C (Business to Customer) e ingresos de interconexión móvil.
- En México, los ingresos del negocio móvil ascendieron a 1.010 millones de euros en 2021, decreciendo un 2,2% interanual en términos reportados a pesar de la buena evolución del tipo de cambio que suma 1,5 puntos porcentuales. Excluyendo este impacto, los ingresos decrecieron un 3,8% consecuencia de los menores ingresos mayoristas, impactados por menor tarifa de interconexión y menor tráfico internacional, así como menor actividad comercial en prepago y B2B (Business to Business), si bien destaca el buen comportamiento de los ingresos de contrato.

Los ingresos del negocio fijo ascendieron a 2.907 millones de euros en 2021, creciendo un 2,5% interanual en términos reportados. Este crecimiento está impactado positivamente por la variación reportada de compañías en países con hiperinflación (principalmente Argentina) que aporta 2,3 puntos porcentuales, mientras el efecto del tipo de cambio resta 4,9 puntos porcentuales. Aislado estos efectos, los ingresos crecieron un 5,1%, apalancados en el crecimiento de los ingresos de banda ancha y nuevos servicios, así como los ingresos de TV de pago, en Colombia, Chile y Perú, los cuales más que compensan la disminución de los ingresos de acceso y voz.

El OIBDA se situó en 1.718 millones de euros en 2021, creciendo un 73,5% en términos reportados (+3,4% en términos orgánicos).

Las **amortizaciones** se situaron en 1.873 millones de euros en 2021, decreciendo un 17,6% en términos reportados (-5,4% en términos orgánicos). El decrecimiento interanual está impactado principalmente por la menor amortización en el 2021 que en el 2020 en Telefónica México, por la reducción de vidas útiles de determinados activos por la transformación del modelo operacional (que resta 10,2 p.p.), y en menor medida por el impacto de tipo de cambio (-2,7 p.p.).

El **Resultado Operativo (OI)** se situó en -155 millones de euros en 2021 (comparado con una pérdida de 1.284 millones de euros en 2020). Este resultado está afectado por el registro en el 2020 del deterioro en el fondo de comercio y otros activos de Telefónica Argentina en el 2020 (mayor que el registrado en 2021 en Telefónica Perú), la plusvalía por la venta de un 60% de Infraco SpA en el 2021 y el menor impacto de la amortización acelerada en Telefónica México en el 2021 (comparado con 2020) resultado de la transformación del modelo operacional, parcialmente contrarrestado por los mayores gastos de reestructuración en la región en el 2021. En términos orgánicos, el resultado operativo mejora interanualmente, apalancado en el crecimiento de los ingresos, del OIBDA y en las menores amortizaciones.

A continuación, información adicional por país:

- Chile: El resultado operativo se situó en 583 millones de euros en 2021, comparado con 141 millones de euros en 2020, impactado fundamentalmente por la plusvalía por la venta de un 60% de Infraco SpA, eficiencias de gastos y la disminución de las amortizaciones.
- Perú: El resultado operativo se situó en -56 millones de euros en 2021 (-84 millones de euros en 2020). Este resultado está beneficiado por una mejora de las amortizaciones comparado con el 2020, parcialmente penalizado por los mayores gastos, especialmente de reestructuración.
- Colombia: El resultado operativo se situó en 99 millones de euros en 2021 (113 millones en el 2020), afectados por la evolución del tipo de cambio (que resta 4,7 puntos porcentuales a la variación interanual),

mayores gastos operativos y mayores amortizaciones, parcialmente compensado por mayores ingresos de B2B, el mark-up en subsidios de terminales móviles y eficiencias en los costes no comerciales.

- México: El resultado operativo se situó en -339 millones de euros en 2021 (-606 millones de euros en 2020). El mejor resultado está afectado positivamente por la amortización acelerada, resultado de la transformación del modelo operacional, desacelerándose en comparación con el 2020.