

Carta del Presidente

César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.



Estimado accionista:

Siempre he considerado el Informe Anual que publicamos con motivo de la celebración anual de la Junta General de Accionistas, como el documento referente en la agenda de comunicación de cualquier empresa, no sólo con sus accionistas, sino también con todos los grupos de interés con los que ésta se relaciona. El Informe Anual que hoy presentamos respecto a los resultados de nuestra gestión durante 2009 adquiere si cabe más relevancia en esta ocasión, teniendo en cuenta la crisis financiera acaecida, la mayor desde la Gran Depresión de los años veinte en el siglo pasado, y la mayor caída de actividad económica registrada desde la Segunda Guerra Mundial. Sin duda durante este periodo se han puesto a prueba las capacidades de gestión de las empresas para superar los desafíos que ha planteado dicho escenario.

Tengo la satisfacción de compartir con usted, que el esfuerzo de transformación que estamos llevando a cabo en Telefónica durante los últimos años ha permitido no sólo resistir los envites de esta coyuntura, sino también seguir creciendo y volver a cumplir, por séptimo año consecutivo, los objetivos comprometidos con la comunidad financiera, con un retorno total al accionista que sigue siendo diferencial no sólo en el sector sino en general en los mercados.

En 2010, los mercados emergentes de América Latina y Asia están liderando la recuperación, que empieza a ser patente también en el resto de mercados. Lo peor ha pasado, y Telefónica va a hacer valer su posicionamiento global y diversidad para adelantarse de nuevo al resto de la industria.

El sector TIC global también crece y se hace evidente un nuevo paradigma social y económico alrededor de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Telefónica aborda este escenario con una aspiración de liderazgo en el mundo digital que describiré en estas líneas.

Nadie está mejor posicionado que Telefónica ante los retos del futuro

Crecemos a pesar de la crisis económica

A pesar del entorno complejo de sector observado durante 2009, la diversificación de las operaciones de Telefónica ha permitido alcanzar unos ingresos de 56.731 millones de euros, con un crecimiento del 0,2% respecto a 2008 en términos orgánicos.

La intensa actividad comercial de la Compañía ha permitido aumentar su base de clientes, en términos comparables, un 5,1% respecto a 2008, hasta alcanzar cerca de 265 millones de clientes en todo el mundo. La evolución de la base de clientes viene apoyada fundamentalmente en los crecimientos del 7,4% de la telefonía móvil, del 8,2% de la banda ancha fija y del 9,8% de la televisión de pago. Los accesos móviles ya suman 202 millones, y destacando el significativo crecimiento de los accesos de banda ancha móvil, que ya totalizaban 15 millones de accesos a cierre de 2009.

Desde el punto de vista financiero, el objetivo de la Compañía durante 2009 fue en todo momento preservar la caja, por lo que se puso mucho foco en mejorar la eficiencia y explotar las ventajas de la escala. Así lo refleja el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA), que asciende a 22.603 millones de euros, y crece en términos orgánicos un 0,9%, situando el margen de OIBDA sobre ingresos de Telefónica en el 39,8%.

El flujo de caja operativo (OIBDA-Capex) se situó en los 15.346 millones de euros, lo que supone un crecimiento orgánico interanual del 8%. En efecto, se observa una aceleración desde ingresos a flujo de caja operativo, lo que pone de manifiesto el éxito de la Compañía al compatibilizar una fuerte actividad comercial con una elevada generación de caja.

El beneficio neto de Telefónica crece en 2009 un 2,4% hasta alcanzar los 7.776 millones de euros, y el beneficio neto básico por acción asciende a 1,71 euros por acción, un 4,5% superior al obtenido en 2008.

Nuestra primera prioridad siempre es la remuneración al accionista

En el ejercicio 2009 hemos dedicado el 61% del flujo de caja libre a la remuneración al accionista, mediante la combinación de pago de dividendos y recompra de acciones propias. A futuro, los positivos resultados obtenidos en 2009 nos permiten ratificar nuestra política de retribución al accionista a través de dividendos crecientes, desde 1,40 euros por acción en 2010 hasta un mínimo de 1,75 euros por acción en 2012.

Telefónica, con una apreciación de la cotización de su acción del 23,2% en 2009, ha registrado la mayor revalorización bursátil entre sus comparables de Europa y EE.UU., superando la revalorización anual del Dow Jones Telco, índice de referencia del sector a nivel mundial. Así, en el año 2009 Telefónica ha proporcionado la mayor rentabilidad total para el accionista (RTA) entre sus comparables de Europa y EE.UU., con una tasa del 29,5%.

Telefónica es la compañía que mayor rentabilidad por dividendo esperado para 2010 ofrece a los accionistas si tenemos en cuenta las cincuenta mayores empresas del mundo por capitalización bursátil, con datos a mayo de 2010. Pero, nuestro objetivo no es sólo ofrecer buenos dividendos, sino maximizar el valor para nuestros accionistas a través del crecimiento. Por eso, nuestro foco permanente es crecer más que los competidores y liderar los mercados.

Fortalezas sólidas para un perfil diferencial

El año pasado comenté en esta carta que no hay compañía mejor posicionada que Telefónica para afrontar los retos de futuro. Telefónica ha sido capaz, en una coyuntura difícil, no sólo de obtener unos sólidos resultados sino también de fortalecer aún más la Compañía, como evidencia este Informe Anual.

Telefónica es una Compañía de rentabilidad y crecimiento. Desde el año 2000 sus ingresos se han duplicado y sus clientes se han multiplicado por cuatro. De esta forma, Telefónica se ha convertido en el quinto operador mundial por número de accesos, escala que viene acompañada de una elevada diversificación de las operaciones, tanto geográfica como por negocios, con casi el 65% de los ingresos procedentes de fuera de su mercado de origen.

Carta del Presidente

Nuestro perfil de operador global se ve reforzado con nuestras alianzas estratégicas e industriales con China Unicom y Telecom Italia, que combinan una base de clientes conjunta de más de 658 millones de clientes, un 10% de la población mundial.

La eficiencia de Telefónica, que sigue siendo la referencia en el sector, y su solidez financiera, que se ha mantenido en 2009, con un ratio de endeudamiento medido como deuda financiera neta sobre OIBDA de 1,9 veces, convierten a Telefónica en una opción de bajo riesgo en una industria muy prometedora.

A todo lo anterior, hay que sumar el liderazgo de nuestras marcas, el compromiso decidido de Telefónica con la sociedad, que ha sido reconocido internacionalmente al alcanzar la primera posición del sector en el Dow Jones Sustainability Index, y el compromiso de nuestros directivos y de todo el equipo que forma parte de nuestra Compañía, cuya profesionalidad es reconocida dentro y fuera del sector.

De esta forma, comenzamos el año 2010 con una base firme y en una posición óptima para aprovechar las grandes oportunidades de crecimiento que nos ofrece el sector.

Creciendo en un sector crucial para el futuro

Hoy, los diagnósticos más cualificados dan por superado lo peor de la compleja situación económica que atravesamos. Como anticipábamos hace un año, las telecomunicaciones han seguido protagonizando uno de los periodos de desarrollo y transformación más relevantes que haya experimentado jamás ninguna industria. La nueva década comienza con 4.400 millones de usuarios de telefonía móvil y más de 1.200 millones de accesos de banda ancha fija y móvil.

El impacto multiplicador de las telecomunicaciones, y en general, de las TIC, se configura como parte esencial de un nuevo ciclo de crecimiento sostenible. Existen estudios que indican que la banda ancha supone mejoras de alrededor de un 5% en la productividad del sector industrial, y de un 10% en el sector servicios, así como informes que indican que la aplicación de las TIC puede reducir las emisiones mundiales de CO₂ en un 15% antes de 2020. La conectividad de banda ancha es la vía más eficiente para impulsar dicho crecimiento sostenible, como evidencian las ganancias mundiales en productividad y reconocen los planes de estímulo económico y las agendas digitales que promueven las administraciones públicas.

La banda ancha de alta capacidad va a estar en el centro de todas las nuevas propuestas de valor. Es fácil comprobar que el componente digital del comercio, el ocio, la salud, la educación o la gestión con las Administraciones es cada vez mayor. Las empresas necesitan las TIC para abrir nuevas vías de hacer negocios y hacer vivir mejores experiencias a sus clientes. En el otro lado, los ciudadanos impulsan el cambio, y viven una vida cada vez más digital, 24 horas al día. Una prueba es que en 2009 se vendieron más de 175 millones de "smartphones" o teléfonos móviles avanzados, o la creciente contribución a los ingresos de los contenidos y aplicaciones digitales. Los clientes son el auténtico motor de este proceso, que configura un mercado de demanda.

Nadie está más próximo a los nuevos clientes digitales que los operadores de telecomunicaciones, como demuestra que el peso del gasto en comunicaciones sobre el consumo mundial aumente progresivamente desde el 2,6% del año 2000 hasta el 4,2% previsto en 2015. Es evidente que en nuestra industria existe una gran oportunidad para aquellos operadores globales, flexibles y con la suficiente escala que sepan convertirse para sus clientes en el canal idóneo para acceder a toda la innovación y creatividad que genera el entorno digital, y a la vez, ofrecer una experiencia personalizada, integral y de calidad.

Combinar las capacidades de distintos líderes es la forma más rápida y eficiente de satisfacer las cambiantes demandas de la era digital. Esto nos estimula a construir relaciones ágiles y extender nuestras plataformas y nuestros procesos a diversos socios, tanto grandes como pequeños, creando entornos cooperativos con ellos y generando nuevas fuentes de crecimiento.

El resto de participantes del entorno de las TIC no tienen mejor alternativa para llegar a los clientes finales que las redes avanzadas de datos de los operadores, ni mejor opción para gestionar la parte no diferencial de sus servicios que nuestras plataformas, incluyendo aquí no sólo las tecnológicas, sino todos los procesos como los comerciales o de soporte.

Por su parte, el resto de sectores económicos, la llamada "economía real", en su transformación digital para obtener las nuevas ventajas en eficiencia y alcance, no tiene opción más cercana ni más profesional que los líderes globales de telecomunicaciones.

La mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital

La visión de Telefónica es sencilla: convertirnos en la mejor opción en este entorno. Por ello nos vamos a esforzar en ser la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital. Para ello, Telefónica se ha anticipado de nuevo y ha fijado prioridades estratégicas e iniciativas clave, así como alineado todas sus líneas de actividad, y todo alrededor de un programa para los próximos tres años con cuatro pilares: foco en el cliente, una oferta integral como proveedor de servicios, nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo transformador y eficiente, y una cultura común que genere confianza en las sociedades en las que opera la Compañía.

El negocio de las comunicaciones, por su propia naturaleza, está orientado al largo plazo y abierto a la transformación. Por tanto, el futuro de Telefónica está ligado al bienestar económico y social de las sociedades en que está presente, más allá de su contribución a su transición hacia una nueva economía del conocimiento.

Telefónica encauza su acción social prioritariamente a través de la Fundación Telefónica. Nuestro programa Educared se destina a la mejora educativa mediante el uso de las TIC y nuestro programa Proniño, que se orienta a la erradicación del trabajo infantil, y ha permitido el acceso a la escolarización a más de 164.000 niños en 13 países latinoamericanos, con datos de marzo de 2010. Asimismo, en el ámbito medioambiental las TIC no sólo tienen el potencial de reducir las emisiones de otros sectores de la economía, si no las de su propia actividad. En este sentido, Telefónica mantiene el compromiso de reducir en 2015 el consumo de electricidad en redes un 30% por acceso y en oficina un 10% por empleado.

El año pasado les escribía que nadie está mejor posicionado que Telefónica ante los retos del futuro, y que estaba convencido de que el contexto actual nos daba la oportunidad de emerger más fuertes. Permítanme hoy confirmarles que hemos aprovechado este año 2009 para reforzar las bases de un crecimiento destacado y sólido, tomando con entusiasmo esta oportunidad única de aumentar nuestro liderazgo y contribuir a dar forma a un futuro lleno de posibilidades y mejor para todos nosotros.

Agradezco de nuevo su apoyo y confianza en nombre de Telefónica y de su Consejo de Administración.



César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.