



RAMIRO SÁNCHEZ DE LERÍN GARCÍA-OVIES
Secretario General y
del Consejo de Administración
TELEFÓNICA, S.A.

TELEFÓNICA, S.A. de conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la Ley del Mercado de Valores, procede por medio del presente escrito a comunicar el siguiente

HECHO RELEVANTE

Telefonica, S.A. remite Nota de Prensa en relación a la reestructuración organizativa del Grupo Telefónica.

Madrid, 26 de febrero de 2014

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES
- MADRID -

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

Alierta marca como objetivos la mejora de los ingresos, el ahorro de costes, la modernización de las redes y sistemas y el reforzamiento del liderazgo en el ecosistema digital

TELEFÓNICA IMPULSA CUATRO EJES ESTRATEGICOS PARA SU TRANSFORMACIÓN TOTAL EN UNA TELCO DIGITAL LÍDER EN CRECIMIENTO Y EFICIENCIA

- **La Compañía se dota de un nuevo modelo operativo, orientado totalmente al cliente, que incorpora la oferta digital en el foco de toda su actividad comercial**

Madrid, 26 de febrero de 2014.- El presidente de Telefónica, César Alierta, ha anunciado hoy los cuatro pilares básicos de la estrategia de la Compañía para convertirse en una Telco Digital líder, referente de la industria por crecimiento y eficiencia.

Alierta enmarca este objetivo en el hecho de que Telefónica se halla en el centro de la revolución digital y cuenta con un gran potencial de crecimiento, mediante la captura de las nuevas oportunidades de negocio ligadas al desarrollo de este ecosistema. "Hemos asistido –ha dicho- a una auténtica explosión del tráfico de datos, tanto fijo como móvil. Pero, el despliegue de LTE, la adopción masiva de la conectividad en todo tipo de dispositivos, los nuevos servicios digitales y la creciente utilización del vídeo, hacen que el crecimiento que hemos visto en los últimos años parezca insignificante, si se compara con el volumen de tráfico de datos móviles que vamos a ver en los próximos 5 años, que se estima se multiplique por 11 respecto a 2013".

A juicio del Presidente de Telefónica, cuatro son los pilares sobre los que se asienta la nueva estrategia de la Compañía a corto plazo:

- Aumento de los ingresos, mediante la ampliación de la oferta comercial a nuevos servicios del mundo digital.
- Modernización de las redes y los sistemas, con la intensificación en el despliegue de las más modernas tecnologías: fibra y LTE, y la transformación profunda de los sistemas.

- Mayor eficiencia, a través de la simplificación y la reducción de costes y el mantenimiento de la disciplina financiera, con priorización de la inversión en proyectos de crecimiento que generen más valor.
- Reforzamiento de nuestro liderazgo en el ecosistema digital, mediante el impulso de un nuevo posicionamiento público que permita reestablecer el equilibrio en la cadena de valor del hipersector.

Para profundizar en esta dirección, el Presidente de Telefónica ha puesto en marcha una nueva organización, aprobada hoy por el Consejo de Administración de la Compañía, orientada totalmente al cliente, que incorpora la oferta digital en el foco de las políticas comerciales. El esquema da más visibilidad a las operadoras locales, acercándolas al centro de decisión corporativo, simplifica el organigrama global y refuerza las áreas transversales para mejorar la flexibilidad y la agilidad en la toma de decisiones.

En este marco, Telefónica crea la figura del Director General Comercial Digital (Chief Commercial Digital Officer), que tendrá bajo su responsabilidad propiciar el crecimiento de los ingresos. Por el lado de los costes, la Compañía refuerza la figura del Director General de Recursos Globales (Chief Global Resources Officer), con el objetivo de lograr, sin contar las sinergias de Alemania, la captura de ahorros brutos de hasta 1.500 millones de euros en los próximos años. Ambas Direcciones Generales reportarán directamente al Consejero Delegado (COO), así como las operadoras locales; España, Brasil, Alemania y Reino Unido, además de la unidad Latinoamérica, ahora ya sin Brasil.

El nuevo modelo integra las actividades desarrolladas hasta ahora por Telefónica Digital, Telefónica Europa y Telefónica Latam en el Centro Corporativo Global, simplificando así la organización.

El éxito de las políticas desarrolladas tanto por las unidades regionales de Europa y Latinoamérica, como por la unidad Digital, ha hecho posible plantear nuevos retos de crecimiento y eficiencia.

Telefónica Digital: Creada en septiembre de 2011, bajo la presidencia de Matthew Key, para capturar las oportunidades digitales, ha duplicado su valor desde entonces y ha generado ingresos incrementales hasta alcanzar cerca del 20% de crecimiento. Así, se ha convertido en el germen de la Telefónica del futuro.

Telefónica Europa: Bajo el liderazgo de Eva Castillo, ha sido pionera en la consolidación del mercado y en la mejora de la rentabilidad de las operaciones, acelerando las inversiones en oportunidades de crecimiento como la fibra, TV de pago, LTE y servicios digitales.

Telefónica Latam, con Santiago Fernández Valbuena al frente, se ha convertido en el primer contribuidor a los ingresos del Grupo, ha acelerado el crecimiento y ha afianzado el liderazgo de la Compañía en Brasil.

Tanto Eva Castillo como Santiago Fernández Valbuena y Matthew Key siguen vinculados al Grupo. Castillo mantiene su posición como miembro del Consejo de Administración de Telefónica S.A. y la Presidencia del Supervisory Board de Telefónica Alemania. Fernández Valbuena, también Consejero de Telefónica S.A., asume el cargo de Director General de Estrategia y Key sigue como Consejero de la operación británica, Telefónica O2 UK.

Nuevo Organigrama

