



Resultados financieros del 1 de abril al 30 de septiembre de 2018

VODAFONE ESPAÑA INGRESA POR SERVICIO 2.205 MILLONES DE EUROS EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO FISCAL, UN 4,7%¹ MENOS

- Los ingresos totales en estos seis meses ascienden a 2.421 millones de euros, un 3,2%² menos que hace un año
- Los resultados financieros del semestre vienen marcados por I) las iniciativas orientadas a mejorar a la competitividad de nuestra oferta, particularmente en el segmento de alto valor, y II) la decisión de abandonar los contenidos de fútbol, lo que provocó una fuerte batalla comercial.
- Los nuevos negocios de la Unidad de Negocio de Empresas crecen con fuerza en el segundo trimestre, +15,3%.
- La actividad comercial estuvo condicionada por la guerra de fútbol, pero aun así mostró resiliencia:
 - Clientes de contrato de telefonía móvil: +35.000 en el semestre, gracias a los buenos resultados del primer trimestre del año fiscal
 - Clientes de fibra: +32.000 en el semestre, pese al descenso de 5.000 en el segundo trimestre
 - Clientes de TV: -98.000 en el semestre, de los que -66.000 corresponden al segundo trimestre. Este descenso está en línea con la desconexión (neta) de 69.000 Clientes de banda ancha fija en el segundo trimestre del año fiscal

Madrid, 13 de noviembre de 2018.- Vodafone España anuncia sus resultados financieros y comerciales correspondientes al primer semestre del año fiscal, del 1 de abril al 30 de septiembre de 2018, y hace balance de las iniciativas lanzadas en los últimos meses. Los resultados del semestre están condicionados por dos importantes decisiones: I) garantizar la competitividad de la oferta de Vodafone en todos los segmentos y II) no adquirir el Partidazo ni la Champions League por falta de racionalidad económica.

Ambas decisiones y lanzamientos posteriores, como el de Vodafone bit, redefinen la posición competitiva de Vodafone en España con una oferta mejor adaptada a la demanda de los distintos segmentos de mercado en España permitida por una estructura de costes más ligera tras abandonar los derechos del fútbol.

¹ En términos orgánicos. Si excluyéramos el impacto de los costes de terminación los ingresos por servicio se habrían reducido un 3,5%

² En términos orgánicos



Como área de crecimiento cabe destacar los nuevos negocios de empresas –IoT, Cloud&Hosting, Big Data- cuyos ingresos se incrementaron en el último trimestre un 15,3% frente al mismo periodo del año anterior. Los ingresos de la unidad de negocio de empresas suponen ya más de del 30% de los ingresos por servicio de la compañía, 2,4 p.p. más que un año antes.

RESULTADOS FINANCIEROS

En este periodo, los ingresos por servicio llegaron a los 2.205 millones de euros, 4,7% en términos orgánicos (o comparables) menos que en el mismo periodo del año anterior (7,2% en el trimestre). Por su parte, los ingresos totales alcanzaron los 2.421 millones de euros.

Excluyendo el impacto de la reducción de los costes de terminación móvil, el descenso de los ingresos por servicio habría sido del 3,5% en el semestre y del 6,0% en el trimestre.

Estos resultados se han visto influidos por:

- Condiciones más ventajosas para los clientes, entre las que se incluyen: la mejora de los planes de precios de más de 6 millones de líneas anunciados el pasado mes de mayo y los menores ingresos asociados con distintas promociones, como el regalo de 25 GB a todos los clientes durante el pasado verano.
- La batalla promocional desatada en agosto tras la decisión de Vodafone de no adquirir todos los derechos de emisión del fútbol por su falta de rentabilidad.

Tabla 1.- Evolución de los Ingresos

	2º Trimestre (millones €)	2º Trimestre Crecimiento (%)	1º Semestre (millones €)	1º Semestre Crecimiento (%)
Ingresos por servicio	1.091	-7,2% org. -6.0% org. exc. MTR	2.205	-4,7% org. -3.5% org. exc. MTR
Ingresos totales	1.206	-4,8% org. -3.8% org. exc. MTR	2.421	-3,2% org. -2.1% org. exc. MTR

Por otro lado, el margen de EBITDA descendió 7,5 p.p. en el semestre frente al mismo periodo del año anterior hasta el 22,4%.

El descenso del EBITDA se debió:

- a los menores ingresos
- a los mayores costes de adquisición y retención derivados de la batalla comercial
- al crecimiento de los costes de acceso mayorista a la red de fibra y
- al aumento del precio del fútbol en la temporada 17/18 respecto a la 16/17.



La decisión de no adquirir El Partidazo y las Competiciones Europeas comenzará a tener un impacto en las cuentas de la compañía en los próximos meses. Inicialmente la reducción de costes será pequeña, pues Vodafone seguirá ofreciendo esta temporada 8 partidos de La Liga Santander. El impacto completo de la reducción de costes se recogerá en las cuentas de la compañía a partir de septiembre de 2019.

RESULTADOS COMERCIALES

35.000 Clientes móviles de contrato más en el semestre

La cartera de Clientes de contrato de telefonía móvil descendió en 106.000 en el segundo trimestre del año fiscal, pero gracias a los buenos resultados del primer trimestre, el semestre arrojó un saldo positivo de 35.000. A 30 de septiembre, Vodafone España contaba con 11,58 millones de Clientes móviles de contrato de un total de 14,02 millones de Clientes móviles.

El número de Clientes 4G alcanza los 9,27 millones, un 9,6% más que hace un año.

La cartera de Clientes de fibra aumenta en 32.000 en los seis primeros meses del año fiscal

La base de Clientes de fibra aumentó en 32.000 en los primeros seis meses del año fiscal, pese a un descenso de 5.000 en el segundo trimestre. A cierre de septiembre, el número de Clientes de fibra ascendía a 2,8 millones, un 9,2% más que un año antes.

La base de Clientes de TV se reduce en 66.000 en el trimestre principalmente por la salida del fútbol

La base de Clientes de TV descendió en 66.000 en el trimestre. Esta disminución está relacionada con una reducción similar de los Clientes de banda ancha fija en el trimestre (-69.000).

Antes de su decisión de no adquirir los derechos televisivos de las competiciones europeas de fútbol, Vodafone ya se había posicionado como la operadora con la proposición más completa de series y cine del mercado español. Su amplio catálogo incluye 120 canales lineales y miles de contenidos bajo demanda como HBO España, Filmin y AXN Now en exclusiva, Netflix, FOX Play o Disney. A esta oferta pueden añadirse además los packs Cine (que permite disfrutar de los grandes estrenos) y Más Series (que incluye Movistar Series).

Tabla 2: Actividad comercial

	Total a 30/09 2018 (millones)	△2º Trimestre (.000)	△1er Semestre (.000)



Cientes Contrato telefonía móvil	11,58	-106	+35
Cientes 4G	9,27	+163	+398
Cientes Banda Ancha Fija	3,22	-69	-118
Cientes Fibra	2,76	-5	+32
Cientes Vodafone TV	1,26	-66	-98

ESTRATEGIA Y SATISFACCIÓN

Vodafone mantiene su liderazgo en satisfacción de Clientes

Un trimestre más, Vodafone lidera en satisfacción de Clientes en el segmento residencial gracias a una ventaja de +4 p.p. en términos de NPS³ frente a sus competidores. En el ámbito empresarial, Vodafone ha cerrado el *gap* con el primero y alcanza el coliderazgo.

La mejor red: pioneros en el despliegue precomercial de 5G

El segundo trimestre del año además ha supuesto un periodo clave para el desarrollo de las redes del futuro 5G con dos hitos relacionados. Por un lado, Vodafone España adquirió el pasado julio 90 MHz contiguos de espectro en la banda de 3,7 GHz en la subasta convocada por el Ministerio de Economía y Empresa. Este espectro se añade a los 20 MHz TDD que ya tenía disponibles en la banda de 2,6 GHz para convertirse en el operador que más espectro tiene para ofrecer los nuevos servicios 5G.

Tras esta adjudicación, Vodafone España ha sido la primera en España en iniciar el despliegue precomercial de nodos de su red 5G NSA, al comenzar el mismo julio en zonas céntricas de 6 de las principales ciudades españolas. Este despliegue precursor se suma al de diferentes tecnologías en el último año lideradas por Vodafone en España, como NB-IoT, 4,5G, Massive MIMO o MEC; todas ellas incorporadas por la compañía a su red de forma pionera en el país.

En paralelo, en su afán por llevar la mejor experiencia a todos los rincones del país, Vodafone ha seguido fortaleciendo su red móvil en España, llevando su cobertura 4G a 5.700 municipios (158 más que hace seis meses) y velocidades 4G+ de 300Mbps hasta a 1.270 (133 más que a cierre de marzo).

³ El Net Promoter Score (NPS) se basa en una sola pregunta: «¿Con qué probabilidad, entre 0 y 10, recomendaría el producto o servicio a un familiar o amigo?». Según los resultados, los Clientes se clasifican en promotores, pasivos y detractores:

- Los que responden asignando 9 o 10 puntos: promotores
- Los que asignan 7 u 8 puntos: pasivos
- Los que otorgan 6 puntos o menos: detractores

Para obtener el NPS se resta el porcentaje de los detractores del porcentaje de los promotores



Para su red fija este semestre también ha marcado un hito con la actualización del 100% de su fibra HFC a la tecnología Docsis 3.1, pudiendo ofrecer sobre esta huella velocidades simétricas superiores a 1Gbps y mejorando la operativa y calidad de la red.

Por otro lado, el pasado septiembre Vodafone y Grupo MásMóvil alcanzaron un acuerdo para compartir en España fibra óptica hasta en 1,9 millones de hogares durante los próximos cuatro años. Este acuerdo permitirá ofrecer servicios de banda ancha ultrarrápida de una forma más eficiente.

Oferta competitiva en todos los segmentos

A lo largo de estos últimos meses, Vodafone España ha realizado un importante esfuerzo para mejorar las condiciones de su oferta en todos los segmentos.

- en mayo, más de 6 millones de líneas se beneficiaron del aumento de datos móviles y del incremento de la velocidad de la fibra.
- en julio, se regalaron 25 GB a todos los Clientes de contrato para navegar durante el verano.
- también en julio, se presentó una oferta de terminales más competitiva mejorando condiciones y añadiendo servicios especializados.
- en octubre, se les aumentó a los Clientes de Lowi el volumen de datos, manteniendo o mejorando los precios.

Además, en el último trimestre se ha ampliado el catálogo de productos de IoT para particulares V by Vodafone, con la incorporación de dos nuevos wearables inteligentes: un reloj para niños y una pulsera para mayores.

Digital

Vodafone prosigue su digitalización adaptándose a la preferencia de sus Clientes por los canales de atención digital:

- La app Mi Vodafone alcanza en este trimestre la cifra récord de 3,5 millones de usuarios únicos al mes y se afianza como el canal principal de autogestión de sus Clientes.
- El número de interacciones de usuarios en la web de Vodafone aumenta un 23% respecto al año pasado.
- La actividad en las redes sociales corporativas de Vodafone ha experimentado un crecimiento superior al 30%.