



Resultados financieros del 1 de abril al 30 de septiembre de 2016

VODAFONE ESPAÑA INGRESA 2.496 MILLONES DE EUROS, UN 5,2% MÁS QUE UN AÑO ANTES, EN TÉRMINOS COMPARABLES

- Vodafone España cierra el semestre con sólidos crecimientos en las principales magnitudes de negocio:
 - Ingresos por servicio (+4,1% en términos comparables¹)
 - Ingresos totales (+5,2% en términos comparables)
 - El EBITDA crece en el semestre un 4,9% y el margen de EBITDA aumenta 1,2 p.p. hasta el 27,7%
- Vodafone muestra también un fuerte crecimiento en la actividad comercial en el último trimestre:
 - Clientes de telefonía móvil (+165.000)
 - Clientes de fibra (+61.000)
 - Clientes de Vodafone One TV (+86.500)
- Vodafone España refuerza su liderazgo en Experiencia de Cliente, en términos de NPS¹, tanto entre Clientes particulares como empresariales

Madrid, 15 de noviembre de 2016.- Vodafone España anuncia los resultados correspondientes al primer semestre del año fiscal (del 1 de abril de 2016 al 30 de septiembre de 2016). Los primeros seis meses del año se cierran con sólidos avances en las principales magnitudes de negocio: los ingresos totales y los ingresos por servicio crecen en términos comparables un 5,2% y un 4,1%, respectivamente, y el margen de EBITDA aumenta 1,2 p.p. hasta el 27,7%. Estos resultados están impulsados por fuertes crecimientos de la cartera de Clientes en todos los segmentos, con incrementos de 192.000 Clientes en telefonía móvil, 92.000 Clientes en fibra y 138.000 Clientes en Vodafone One TV.

Los ingresos por servicio crecen por quinto trimestre consecutivo

En los últimos tres meses, los ingresos por servicio mantuvieron la tendencia de crecimiento de los trimestres anteriores y subieron, en términos comparables, un 3,5% hasta los 1.146 millones de euros.



	Ingresos totales		Ingresos por servicio	
	Semestre I	Trimestre II	Semestre I	Trimestre II
Millones de €	2.496	1.251	2.273	1.146
Crecimiento comparable(*)	5,2%	4,2%	4,1%	3,5%

(*)Incluyendo el efecto de la financiación de terminales, los ingresos totales reportados crecieron en el semestre un 0,3% y los ingresos por servicio reportados, también en el semestre, aumentaron un 0,7%

La implementación de la estrategia impulsa los resultados

El crecimiento de la cartera de Clientes, el incremento de los ingresos y la mejora de la rentabilidad están relacionados con el éxito en la implementación de la estrategia de Vodafone España, que ha llevado a la compañía a:

- **Consolidar su liderazgo en Experiencia de Cliente entre las grandes operadoras**, tanto entre Clientes particulares como empresariales.
- **Reforzar su posición en el mercado convergente de banda ancha ultrarrápida**: el porcentaje de Clientes de banda ancha fija con una solución convergente se eleva al 84,5% (3 p.p. más que al comienzo del semestre) y el número de Clientes de Vodafone One crece, en el mismo periodo, en 539.000 hasta superar los 2 millones.

Fuerte crecimiento de la actividad comercial en el último trimestre

1. 165.000 Clientes de telefonía móvil más en el trimestre

El número de Clientes de telefonía móvil aumentó en 165.000 en el trimestre, hasta cerrar septiembre con 14,5 millonesⁱⁱⁱ. El fuerte crecimiento se debe principalmente al aumento del número de Clientes de contrato, que se incrementó en 91.000 en los últimos tres meses. A la mayor capacidad para atraer Clientes -relacionada con la oferta comercial- se añade una reducción de 0,8 p.p. del *churn* de Clientes de contrato, que disminuyó hasta el 19,3%.

	Δ Trim 2 2016-17 (.000)	Número Clientes a 30 sep 2016 (.000)
Clientes Telefonía móvil	165	14.511
Clientes contrato	91	11.416
Clientes 4G	463	6.406



Por otra parte, el número de Clientes con dispositivo, tarifa y uso de 4G creció en 463.000 en los últimos tres meses hasta los 6,4 millones. Los Clientes de Vodafone continúan disfrutando de la mejor red 4G en España, que alcanzaba en septiembre al 95,5% de la población y se extendía a 2.860 municipios. De estos, cerca de 1.000 municipios gozaban ya de la tecnología 4G+ con velocidades de bajada que pueden alcanzar los 350 Mbps.

2. El número de Clientes de fibra aumenta en 61.000 en el trimestre hasta cerrar con 2.088.000

La cartera de Clientes de fibra siguió creciendo con fuerza, aumentando en 61.000 en los últimos tres meses hasta alcanzarlos 2.088.000. El número de Clientes de banda ancha fija también se incrementó de forma notable en 41.000 y cerró el periodo con 3.063.000.

	Δ Trim 2 2016-17 (.000)	Número Clientes a 30 sep 2016 (.000)
Clientes de banda ancha fija	41	3.063
Clientes de fibra	61	2.088

El sólido aumento en el número de Clientes de fibra viene alentado por la creciente disponibilidad de esta tecnología. Al cierre de septiembre, el número de unidades inmobiliarias disponibles con fibra alcanzaba las **14,7 millones**, de las cuales **9,5 millones** están pasadas con fibra Ono o forman parte de despliegues compartidos.

Antes del 31 de marzo de 2017, Vodafone prevé llegar con red propia o compartida a más de 10 millones de unidades inmobiliarias, con lo que, si se añaden las unidades disponibles a través del servicio mayorista (NEBA), el número total de unidades inmobiliarias que podrán disfrutar de servicios de fibra ofrecidos por Vodafone España superará los 15 millones.

3. La contratación de Vodafone One TV se dispara en el último trimestre con 86.500 nuevas altas y ya supera los 1.200.000 Clientes

El comienzo de la temporada de fútbol y la amplia oferta de canales de TV, junto con los servicios de Videoclub y Netflix, ha acelerado la contratación de Vodafone One TV, que ya supera los 1,2 millones de Clientes. La próxima incorporación de HBO y el esfuerzo innovador en tecnologías como 4K reforzarán el papel de los servicios de TV en la oferta convergente de Vodafone España.



Mejora de la rentabilidad: el margen de EBITDA crece 1,2 p.p. hasta el 27,7%

El EBITDA crece un 4,9% en el primer semestre del año y el margen de EBITDA se eleva en 1,2p.p. hasta el 27,7%. Esta mejora es consecuencia del aumento de los ingresos, la eliminación de los subsidios, el control de los costes operativos y las sinergias derivadas de la adquisición e integración de ONO. La mayor eficiencia en costes ha permitido reforzar la oferta de contenidos de Vodafone One TV con la compra de derechos y canales de las principales competiciones de fútbol que, sin embargo, ha tenido su reflejo en un aumento significativo de los costes de contenidos.

El liderazgo en Experiencia de Cliente se consolida por los avances en satisfacción en los principales puntos de contacto

Como se mencionaba anteriormente, Vodafone España ha consolidado en el semestre su liderazgo en Experiencia de Cliente entre las grandes operadoras. Esta mejora está relacionada con la implementación de iniciativas orientadas a mejorar la Experiencia de Cliente en todos los puntos de contacto:

- El canal de distribución sigue adelante con la transformación de los puntos de venta, con más de 521 Tiendas 2.0 abiertas desde abril de 2013.
- La tienda online se ha reforzado con la apertura de una innovadora tienda virtual, que permite, en un entorno 100% digital, contar con un asesoramiento plenamente personal.
- En los canales de autogestión y dentro de los nuevos servicios digitales, la app de Mi Vodafone se ha renovado con nuevas funcionalidades y cuenta ya con más de 8,5 millones de accesos mensuales.

¹Eliminando el impacto del cambio en el modelo de financiación de terminales

²El NPS mide la fidelidad de un Cliente a una empresa utilizando una sola pregunta: "¿Qué posibilidades hay de que recomiende esta compañía a una tercera persona?". Las respuestas se dividen en tres grupos:

- Detractores: son Clientes que dan una puntuación entre 0 y 6
- Pasivos: otorgan una puntuación entre 7 y 8
- Promotores: dan una puntuación de 9 ó 10.

La puntuación final se calcula restando al porcentaje de promotores el de detractores

³Esta cifra no incluye las líneas M2M