

LOS INGRESOS POR SERVICIO DE VODAFONE ESPAÑA, EN TÉRMINOS COMPARABLES, CRECEN POR TERCER TRIMESTRE CONSECUTIVO

(Resultados del 1 de abril de 2015 al 31 de marzo de 2016)

- Los ingresos por servicio, eliminando el efecto de la financiación de terminales para hacerlos comparables, han crecido un 0,6% en el último trimestre y han quedado prácticamente planos en el conjunto del año (-0,3%).
- Este es el tercer trimestre consecutivo en el que los ingresos por servicio crecen, en términos comparables, tras 27 trimestres continuados de descensos.
- En términos reportados, que incluyen el efecto de la financiación de terminales, los ingresos por servicio alcanzaron en el conjunto del año fiscal los 4.468 millones de euros, un 3,5% menos que el ejercicio anterior, y 1.094 millones de euros en el último trimestre.
- Los ingresos totales ascendieron a 4.959 millones de euros, un 1,1% menos que el año anterior. En el último trimestre se ingresaron 1.213 millones.
- La mejora de los ingresos por servicio viene impulsada por un fuerte crecimiento de la cartera de Clientes:
 - El número de Clientes móviles de contrato se incrementó en 334.000 en los últimos doce meses, lo que contribuyó a cerrar el ejercicio con 14,3 millones de Clientes móviles totales.
 - El año fiscal se cerró con 5,4 millones de Clientes de 4G, un 87% más que 12 meses antes.
 - El número de Clientes de fibra creció en 308.000 en el último año hasta 1.995.000, un 18% más que al cierre del año anterior.
 - El número de Clientes de Vodafone TV aumentó en 271.000 en el último año, hasta cerrar con 1.060.000 de Clientes.
 - Vodafone One cuenta ya con cerca de 1,5 millones de Clientes.
- La integración de Ono avanza de forma exitosa y las sinergias anuales esperadas a partir de ahora (300 millones de euros) superan las inicialmente previstas (240 millones de euros).
- El CAPEX en el último año fiscal superó los 1.178 millones de euros.
- El margen de EBITDA aumentó 1,3p.p. hasta el 25,2%.
- Vodafone cierra el año como el operador más recomendado por sus Clientes, liderando los indicadores relacionados con la Experiencia de Cliente (NPS*).

Madrid, 17 de mayo de 2016.- Vodafone España anuncia hoy los resultados financieros de su último año fiscal, desde el 1 de abril de 2015 hasta el 31 de marzo de 2016. Los ingresos por servicio, eliminando el efecto de la financiación de terminales, descendieron un 0,3% en el conjunto del año y aumentaron un 0,6% en el último trimestre. Este es el tercer trimestre consecutivo en el que los ingresos por servicio crecen, en términos comparables, tras 27 trimestres consecutivos de descensos.

En términos reportados, los ingresos por servicio alcanzaron en el conjunto del año fiscal los 4.468 millones de euros, un 3,5% menos, y los 1.094 millones euros en el último trimestre.

Los ingresos totales ascendieron a 4.959 millones de euros, un 1,1% menos que el año anterior. En el último trimestre, Vodafone España facturó 1.213 millones.

Con los resultados anunciados hoy, Vodafone España cierra con éxito su plan trienal en el que se había fijado como objetivos: cambiar la tendencia de la evolución de los ingresos y EBITDA y volver a la senda del crecimiento, fortalecer la actividad comercial, consolidar una fuerte base de Clientes convergentes, ser líder en 4G, contar con una amplia red de fibroable y de alta calidad y ofrecer la mejor Experiencia de Cliente del sector.

Estos logros han sido posibles gracias a la exitosa integración de Ono, a la profunda transformación de la empresa, a la renovación de nuestra propuesta para Clientes empresariales, a la adaptación de la Marca a la nueva estrategia convergente, al cambio en las formas de trabajar y al proyecto Spring, que ha impulsado el rápido despliegue de las redes de nueva generación y la renovación del Canal de Distribución.

Sólidos resultados comerciales con un fuerte crecimiento de la base de Clientes convergentes y de banda ancha ultrarrápida fija y móvil

1. 334.000 Clientes móviles de contrato más en el último año

El número de Clientes móviles de contrato de Vodafone España aumentó en 105.000 en el último trimestre, para cerrar el ejercicio con 334.000 Clientes más que hace un año. En total, los Clientes móviles de Vodafone España alcanzaron los 14.319.000.

El número de Clientes 4G con dispositivo y plan de precios creció en 662.000 en el último trimestre hasta los 5,4 millones, un 87% más que hace un año.

2. Casi dos millones de Clientes de fibra

El número de Clientes de fibra creció en 308.000 en el último año hasta 1.995.000, un 18% más que al cierre del año anterior. En el cuarto trimestre del año fiscal, la base de Clientes aumentó en 90.000.

El número total de Clientes de banda ancha fija superaba los 3 millones al cierre del año fiscal, 212.000 más que hace un año, de los que 64.000 corresponden al último trimestre.

El fuerte aumento de la base de Clientes de banda ancha fija impulsó el crecimiento de los ingresos por servicio fijo, que aumentaron un 7,8% frente al ejercicio anterior.

3. La cartera de Clientes de Vodafone TV aumenta un 34% en el ejercicio

En el último año la cartera de Clientes de Vodafone TV aumentó en 271.000, lo que supone un crecimiento del 34% en los últimos 12 meses. Al cierre del ejercicio el número de Clientes de Vodafone TV alcanzó los 1.060.000.

4. En el último trimestre, el número de Clientes de Vodafone One crece en 326.000 hasta los 1,5 millones

La fuerte actividad comercial se refleja también en el éxito de la propuesta convergente Vodafone One, la oferta integrada de móvil, fibra y TV lanzada en abril de 2015, que cuenta ya con cerca de 1,5 millones de Clientes, 326.000 más que en el cierre del tercer trimestre del ejercicio.

Crecimiento del EBITDA

En este ejercicio, el EBITDA aumentó en un 4,2%, respecto al anterior año fiscal, y el margen de EBITDA sobre ingresos en 1,3 p.p., para alcanzar el 25,2% en los últimos 12 meses.

Integración de ONO

En este año fiscal se ha avanzado sustancialmente en la integración de Vodafone y Ono, un éxito que ha permitido asegurar el 100% de las sinergias previstas (240 millones de euros anuales) y aumentar el objetivo hasta los 300 millones recurrentes de forma anual.

Las inversiones, CAPEX, superan los 1.178 millones de euros e impulsan la estrategia de Vodafone España

En marzo de 2016, Vodafone España concluyó de forma exitosa la implementación del proyecto Spring, que inició el Grupo Vodafone en abril de 2014. Como resultado de este esfuerzo, las inversiones totales de la operadora en los dos últimos ejercicios han superado los mil millones de euros por año: 1.188 en el año fiscal 2014/15 y 1.178 en el 2015/16. Estas inversiones han permitido a la compañía liderar la introducción de 4G, impulsar el despliegue de su red de fibra y mejorar la Experiencia de sus Clientes.

1. Liderazgo en 4G y extensión de la red de fibra

Gracias al impulso del programa Spring, Vodafone ha acelerado el despliegue de redes de nueva generación durante los ejercicios 14/15 y 15/16. Este esfuerzo ha sido reconocido por la consultora P3, que ha valorado en un estudio independiente la red móvil de Vodafone como la mejor en España.

La cobertura 4G de Vodafone España alcanza a más del 94% de la población, 4,3 p.p. más que al cierre de diciembre de 2015. En la actualidad, la red 4G de Vodafone se extiende a más de 2.750 municipios españoles, 570 más que a finales del trimestre anterior.

Vodafone España ofrece también servicios 4G+ (LTE-A) que duplican la velocidad de descarga de datos en 580 municipios, 300 más que a finales de diciembre pasado. Esta tecnología ofrece velocidades de hasta 260 Mbps, mediante la agregación de las bandas de 1800 MHz y 2600 MHz. El despliegue de la banda de 800 MHz ya está disponible en 2.000 municipios. Vodafone cuenta también con 4G+ con agregación de 3 portadoras (LTE 800 MHz, 1800 MHz, 2600MHz) que permite alcanzar velocidades de hasta 336 Mbps en 30 municipios.

En banda ancha fija, más de 8,5 millones de unidades inmobiliarias tienen ya acceso a la fibra de Vodafone a 31 de marzo. La cobertura de fibra se ha extendido ya a Asturias, Extremadura, País Vasco y Galicia manteniendo el liderazgo en calidad del servicio, tiempo medio de suministro y tiempo medio sin incidencias por cliente. En los próximos meses, se extenderá a 500.000 nuevas unidades inmobiliarias en zonas sin cobertura o en áreas con baja densidad de huella.

2. Inversión en la mejora de la Experiencia de Cliente y liderazgo en NPS*

El éxito de la estrategia convergente y el esfuerzo realizado para mejorar la Experiencia de Cliente en cada uno de los puntos de contacto han permitido a Vodafone cerrar el año liderando con claridad los indicadores que miden la satisfacción de Clientes (NPS*), con una ventaja sobre sus principales competidores de 5 p.p. en el segmento residencial y de 2 p.p. en el sector empresarial.

Vodafone ha avanzado en su proyecto para reformar totalmente sus puntos de venta, transformando el espacio, los procesos de venta, la atención y el asesoramiento al Cliente. A cierre de marzo, Vodafone había reformado ya 500 tiendas, las cuales cuentan con:

- Un servicio de atención al Cliente cara a cara más personal y cercano.
- Servicio de Apptualizador, un experto en consultas y en configuración del smartphone, así como un servicio especializado en atención a empresas.
- Un área en la que se muestran las últimas novedades en smartphones y tablets.
- Una zona dedicada a los servicios de fibra y Vodafone TV.

Los Clientes de Vodafone pueden además reparar su terminal en un máximo garantizado de cinco días, en todas las tiendas, contando con un smartphone de sustitución hasta tener el suyo reparado.

Por otra parte, en los últimos 12 meses el uso de los canales de autogestión ha aumentado en un 10%. En la actualidad, 2.1 millones de Clientes se autogestionan de forma online y algo más de 1,6 millones lo hacen desde el móvil a través de la app Mi Vodafone.

**El índice utilizado para medir la satisfacción de los Clientes es el NPS, Net Promoter Score, indicador que evalúa la lealtad de los Clientes realizándoles una única pregunta:*

«Basándote en su experiencia con esta empresa, ¿con qué probabilidad la recomendarías a un amigo?»

La pregunta se responde utilizando una escala entre 0 y 10 puntos y expresando la puntuación final como porcentaje de aquellos que han respondido del siguiente modo:

- *Se añade 1 punto por cada encuestado que ha puntuado con un «10» o un «9». Estos encuestados se clasifican como promotores.*
- *No se añaden o restan puntos de aquellos que han puntuado con un «8» o un «7». Estos encuestados se clasifican como neutrales y como tales, no cuentan.*
- *Se resta 1 punto por cada encuestado que ha dado una puntuación entre «6» y «0». Estos encuestados se clasifican como detractores.*

El porcentaje de detractores se resta del porcentaje de promotores para calcular el Net Promoter Score.