

Telefónica Latinoamérica: Una mentalidad ganadora

Ernesto Lopez Mozo

Madrid, 22 de Noviembre de 2007



Cuatro cifras clave para 2006-2010

1

Oportunidad histórica

- Los 7 mayores países de Latinoamérica
 - crecen simultáneamente
 - >75%del PIB será “Investment Grade”

2

+€35-40bn

- Crecimiento del mercado de telecomunicaciones en Latinoamérica

3

>60m

- Nuevos accesos de Telefónica Latinoamérica

4

~€22-25bn

- Flujo de caja operativo acumulado*

* OpCF = OIBDA - CapEx

T-Latam: Crecimiento sobre crecimiento

- 1 ¿Qué somos?
- 2 Latinoamérica: mucho más de lo que imaginamos
- 3 La nueva T-Latam: posición única para crecimiento futuro
- 4 Nuestros resultados del 3T07 respaldan nuestros objetivos a largo plazo
- 5 Conclusiones

1 Un líder: el único operador integrado en la región...

■ Líder del mercado*
■ 2ª posición

Larga presencia en la región (17 años)

■ Unica operadora con gestión regional e integrada



■ De las marcas más fuertes de la región



■ Nueva organización por cliente, segmento y país



■ Parte de un grupo global de telecomunicaciones

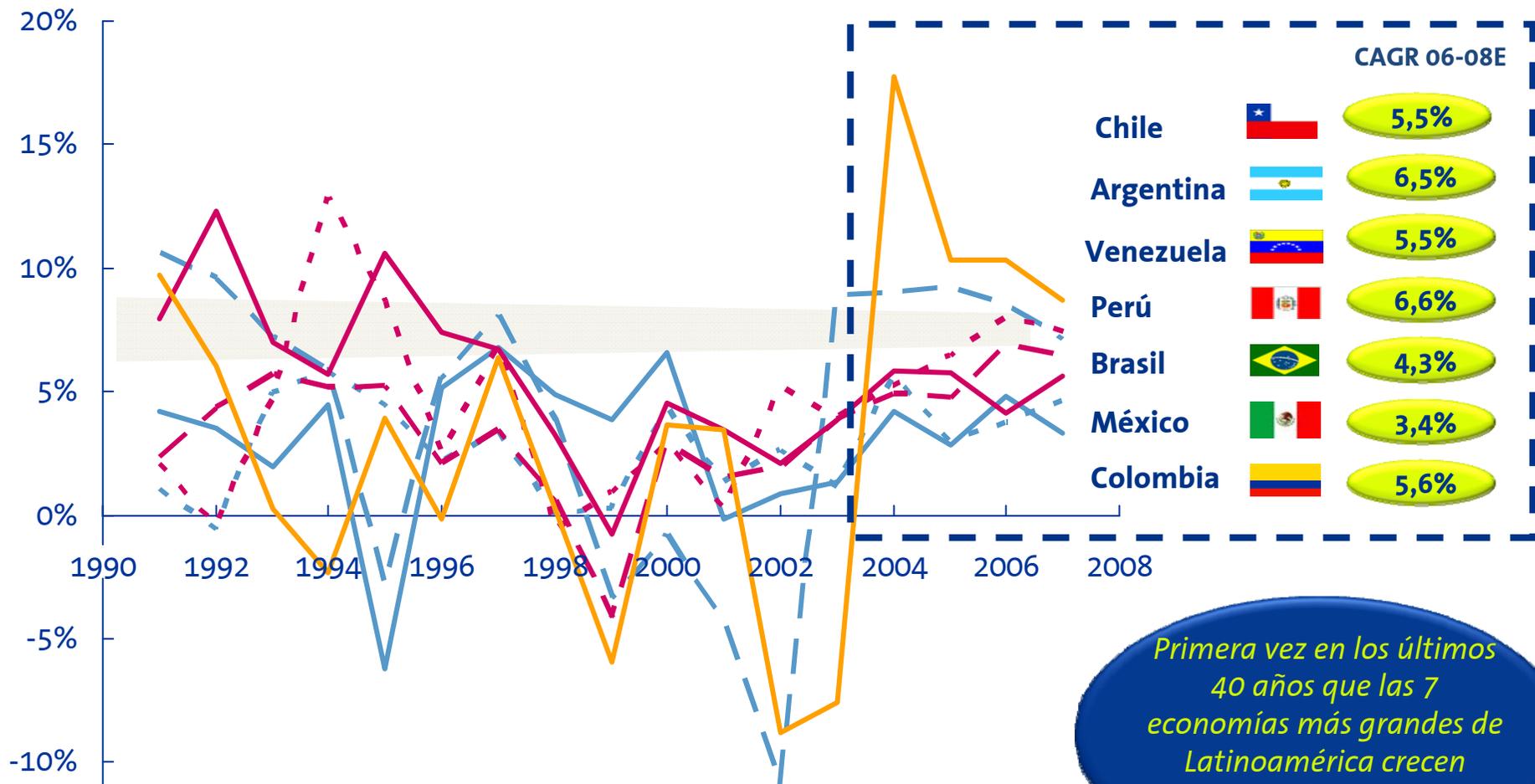


#1 en 4 de los 7 países más relevantes de la región *

* Cuota de ingresos

2 ...en un momento macro único
Crecimiento de PIB, moneda constante

1 Oportunidad Histórica



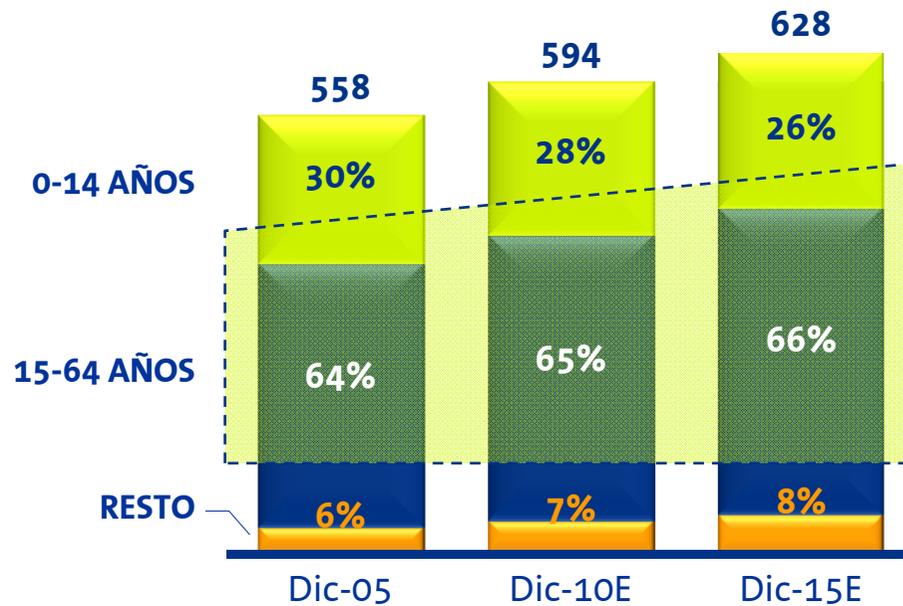
Primera vez en los últimos 40 años que las 7 economías más grandes de Latinoamérica crecen simultánea y sostenidamente

Fuente: World Bank World Development Indicators & Consensus Forecasts

2 El sector de las telecomunicaciones se va a beneficiar de mejoras demográficas ...

CRECIMIENTO DE LA POBLACION Y DEMOGRAFIA

Millones



▪ Usuarios potenciales de telecomunicaciones en los próximos 10 años

– **58 millones** más de trabajadores

– **74 millones** más vivirán en zonas urbanas

Mix urbano/rural (porcentaje)

77%

79%

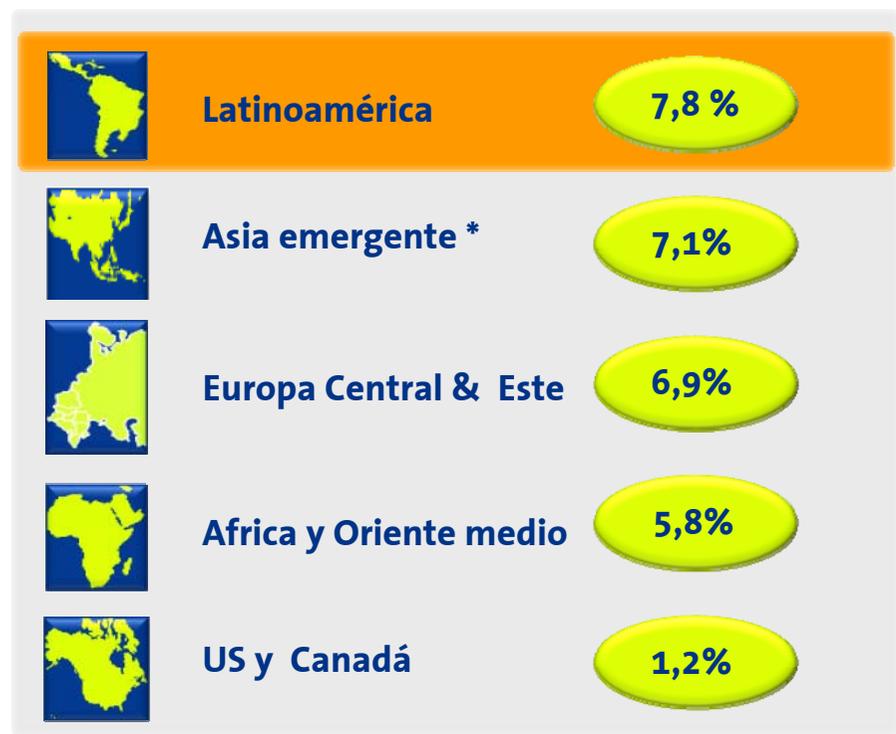
81%

Fuente: United Nations World population prospects – Latin America and the Caribbean

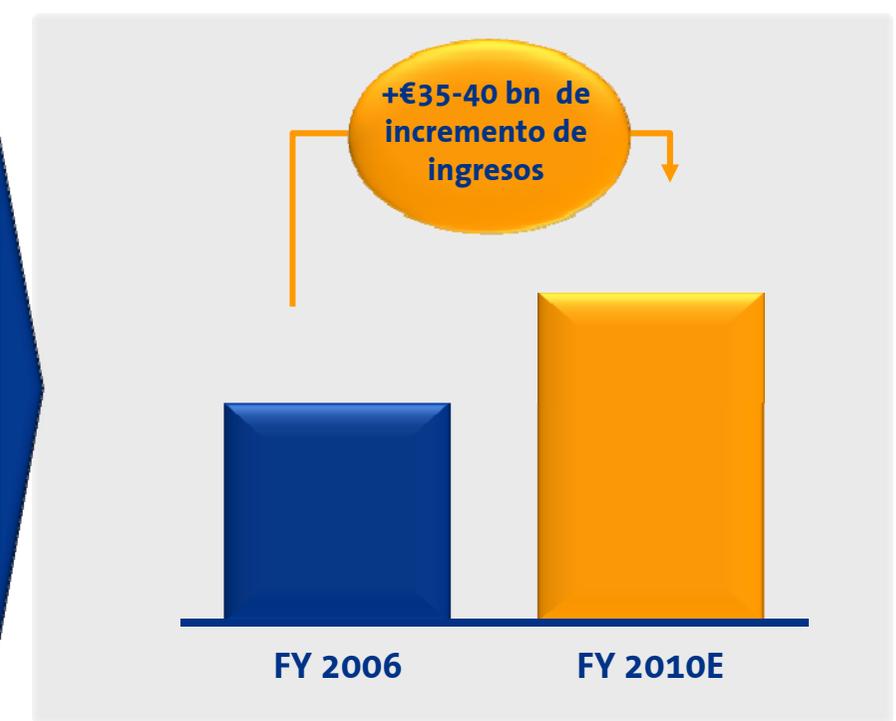
2 ... permitiendo a Latinoamérica ser la región con mayor crecimiento en el mundo

2 +€35-40 bn

CRECIMIENTO DEL MERCADO DE TELECOMUNICACIONES CAGR 06-10E



MERCADO DE TELECOMUNICACIONES EN AMERICA LATINA € en billones



Fuente: IDC

* Excluye Japón, Korea, Hong Kong, Singapore y Taiwan

Fuente: Telefónica

3 Telefónica Latinoamérica tiene un plan de acción claro para los próximos 4 años

Capturar **crecimiento**



- Fuerte crecimiento móvil
- Capturar crecimiento de BA y paquetes para reforzar la base de clientes
- Enfoque segmentado

Aprovechar la **gestión integrada y escala regional**



- Evolución de red a través de un enfoque de inversión segmentado
- Regionalización de Tecnología, Operaciones y Sistemas

Asegurar la **sostenibilidad** del negocio



- Incremento de satisfacción de clientes
- Gestión del talento

3 Móviles: más de 50 millones de clientes adicionales en 2010...



Crecimiento

Penetración móvil ¹	Dic-06	Dic-10E	Población 2010E ²
Brasil	55%	~80%	~198 m
México	53%	~80%	~113 m
Argentina	78%	~97%	~41 m
Chile	82%	~97%	~17 m
Peru	32%	~71%	~29 m
Colombia	67%	~91%	~44 m
Venezuela	69%	~90%	~29 m
Total Latam	56%	~83%	~519 m

La evolución en Latinoamérica será similar a la de otros países en los últimos 4 años (de 2002 a 2006) ³

	De	A
Chile	41%	78%
Argentina	18%	78%
Hungría	49%	92%
República Checa	43%	106%
Francia	65%	82%



Fuente;

1 Estimaciones de Telefónica

2 United Nations World population prospects – Latin America and the Caribbean

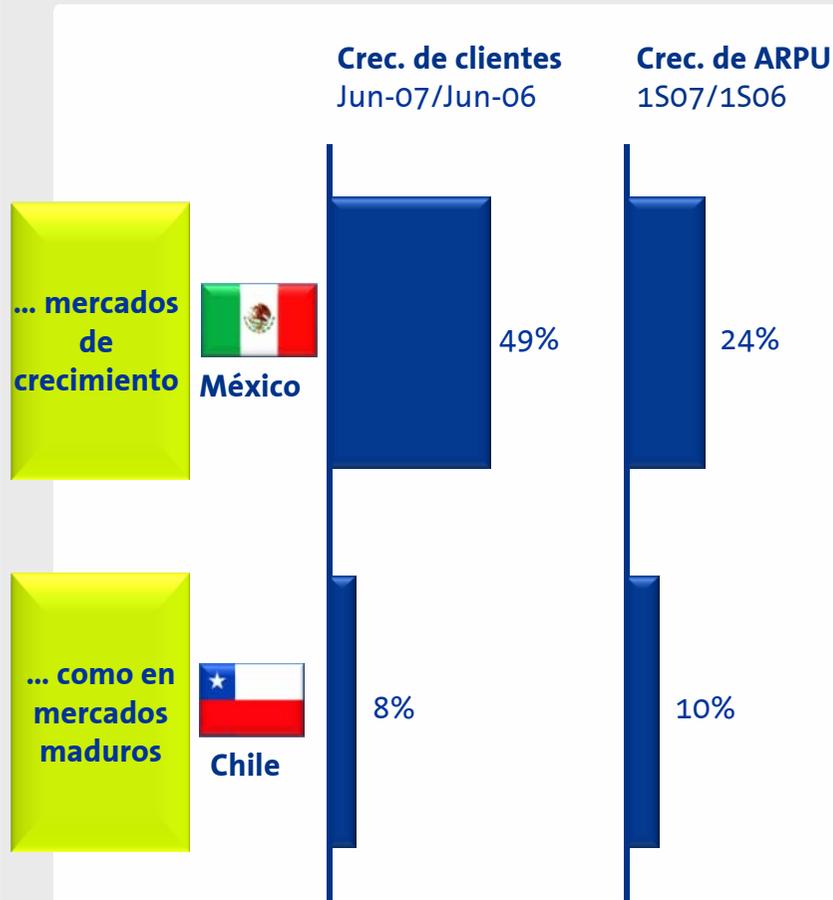
3 Euromonitor y Global Insight

* Incluye la adquisición de Telemig

3 ...con incrementos de ARPU, impulsando el uso,...

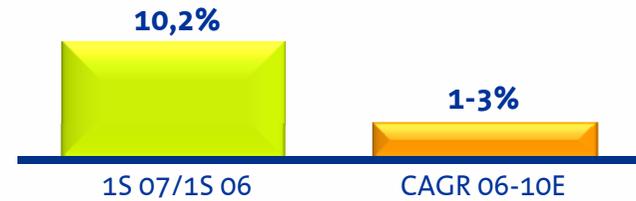


Estamos estimulando el ARPU tanto en ...



* Fuente: Pyramid, Junio 2007

Incremento del ARPU de T-LATAM (Ex tc)



Con crecimientos ...

... con gran potencial de mejora

Elasticidad de precios

de MoU (+18%) en T-Latam en 2006

El MoU de Latam es sólo el 74% del de Europa*

Impulso de servicios de datos

de ARPU de datos (+22%) en T-Latam en 2006

El ARPU de datos en Europa es 4 veces el de Latam*

Migración de prepago a contrato y ofertas segmentadas

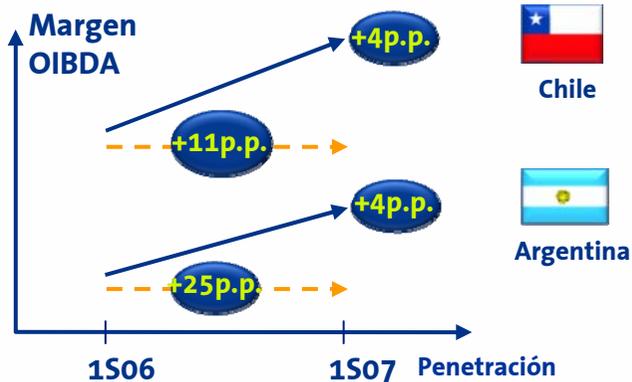
82% de accesos móviles son prepago en T-Latam

El segmento de contrato representa casi el 45% de los accesos en Europa*

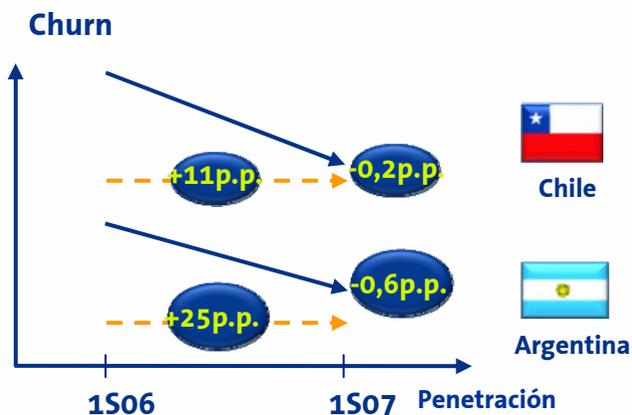
3 ... manteniendo el nivel de gasto comercial, apalancando la escala



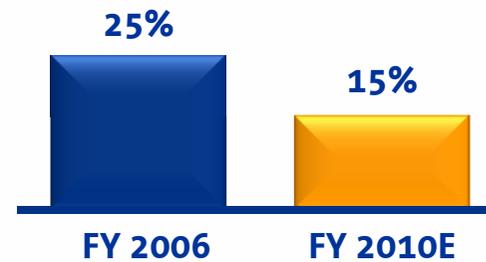
Méjora de márgenes



Reducción de Churn



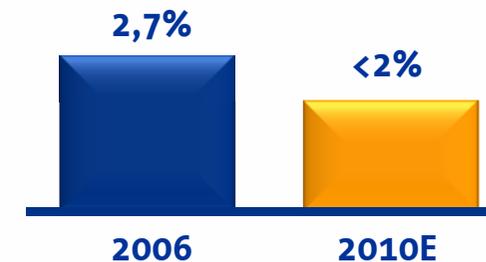
Coste comercial sobre ingresos *



Sinergias de marketing y patrocinios

Mayor poder de compra de terminales

Churn



Programas de fidelización

* Costes comerciales móviles (SAC + SRC + Programas de fidelización + publicidad + logística + call center + red comercial) sobre ingresos de servicio móviles

3 Banda Ancha: más de 4 millones de accesos de banda ancha adicionales en 2010...



Crecimiento

Penetración de BA ¹	Dic-06	Dic-10E	Hogares en 2010E ²
Brasil (SP)	15%	~27%	~15 m
Argentina	15%	~37%	~11 m
Chile	23%	~38%	~5 m
Perú	7%	~13%	~7 m
Colombia	6%	~17%	~12 m
Total	10%	~23%	~140 m

La evolución en Latinoamérica será similar a la de otros países en los últimos 4 años (de 2002 a 2006) ³

	De	A
Chile	5%	23%
Argentina	1%	15%
Mexico	5%	20%
Polonia	1%	20%
República Checa	1%	34%



Fuente;

1 Estimaciones de Telefónica

2 United Nations World population prospects – Latin America and the Caribbean

3 Euromonitor y Global Insight

3 Negocio fijo-Residencial: aceleración de la transformación del negocio fijo a través de propuestas de valor segmentadas



3 Negocio fijo-PyMES: banda ancha y paquetes con estaciones de trabajo



Crecimiento

Soluciones integradas para PyMES

Voz, banda ancha
y acceso de datos



PC

LAN

Otros servicios
(e.g. pagos)



Mantenimiento



- Integración total de servicios: fijos, móviles, banda ancha, PC
- Set completo de paquetes de tráfico (F, M, LD, FM..)
- Equipos más mantenimiento
- Implantación regional de productos con éxito: Speedy Duo, Speedy business portfolio
- Nuevas oportunidades de negocio:
 - 'Puesto Trabajo Informatico' (workstation)
 - 'Kit Automación Comercial'
 - Paquetización de voz tradicional y avanzada

Más de 1 m de
PyMES adicionales
en la región*

>300,000 puestos
de trabajo¹

>70% de cuota de
BA en PyMES¹

76% de los ingresos de T-
Latam son de nuevas
oportunidades de
negocio¹

* Fuente: Pyramid
¹ 2010E

3 Negocio fijo-Corporaciones: una oferta ganadora con soluciones integradas



Ejemplos

SOLUCIONES INTEGRADAS Y REPLICABLES REGIONALMENTE



CAGR 06-10E de Ingresos de datos de T-Latam +7% *

OFERTA COMPLETA DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES y TIC



CAGR 06-10E de Ingresos de IT de T-Latam +23% *

PRESENCIA GLOBAL



Apalancando las capacidades y activos de TIWS

EQUIPO PROFESIONAL ESPECIALIZADO

- Gestores globales de cuenta, ingenieros de diseño, gestores de servicio
- Portfolio regional de P&S
- Red Internacional/regional con gestión centralizada

* Tipos de cambio constantes del 2006

3 El crecimiento vendrá soportado por una transformación segmentada de la red



Escala



3 El sólido crecimiento viene acompañado de una alta generación de caja



Fuerte crecimiento

Clientes adicionales 2007E-2010E
Millones

Móviles **+55/60**

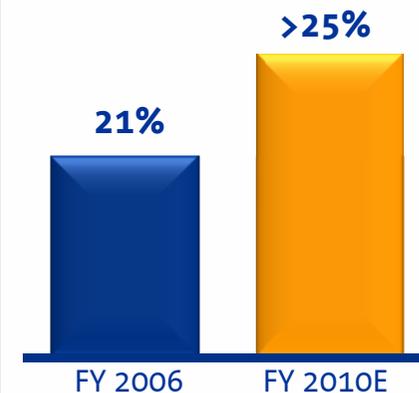
Banda Ancha **+ 4/5**

TV **+ 2/3**

Mejora de márgenes

- Sostenimiento de márgenes en fija
- Incremento de márgenes en móvil apalancando la escala

Alta generación de Op. CF* OpCF s/ingresos



*OIBDA-CapEx

3 > 60 millones

4 ~€22-25 bn

4

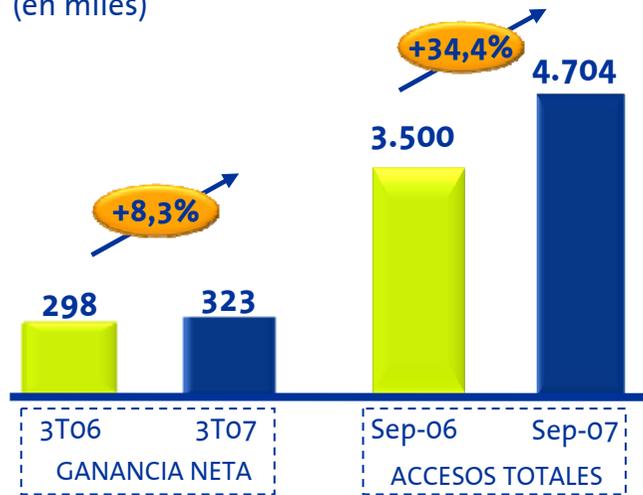
3T07: fuerte crecimiento de accesos apoya el crecimiento de ingresos y OIBDA



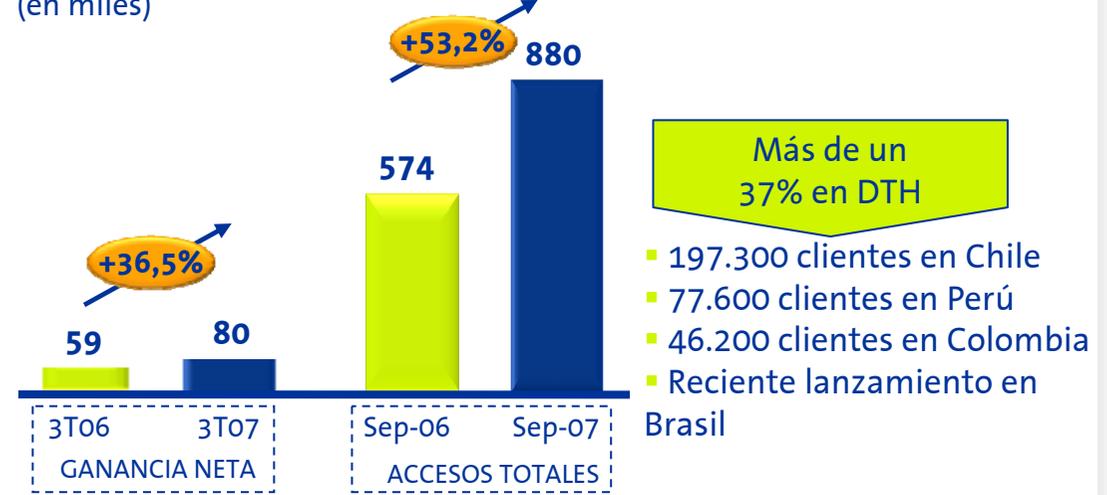
- Fuerte incremento de la penetración móvil (+11 p.p. vs. Sep-06)
- Fuerte aumento de los accesos móviles, BA y TV de pago
- Aceleración del crecimiento de ingresos liderado por un comportamiento sólido del negocio móvil y de banda ancha
- Ingresos móviles soportados por un crecimiento significativo del ARPU (+8,4% 9M07 vs. 9M06) con fuerte expansión de la base de clientes móviles (+20,2%)
- Sólida generación de OpCF²: >€3,4bn en 9M07 (+10,7% en términos constantes vs. 9M06), con OpCF¹ positivo en todos los países con la excepción de México

4 Acelerando la transformación de la telefonía fija impulsando los paquetes, BA y TV de pago

Conexiones de BA minorista¹
(en miles)



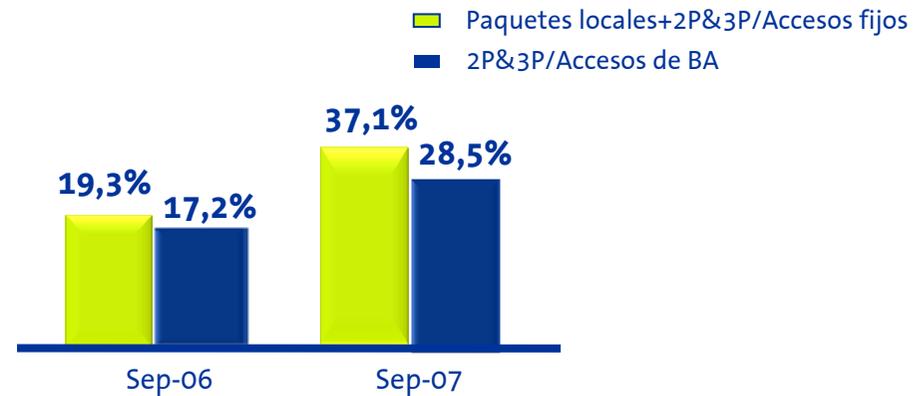
Clientes de TV de pago
(en miles)



Conexiones de BA minorista

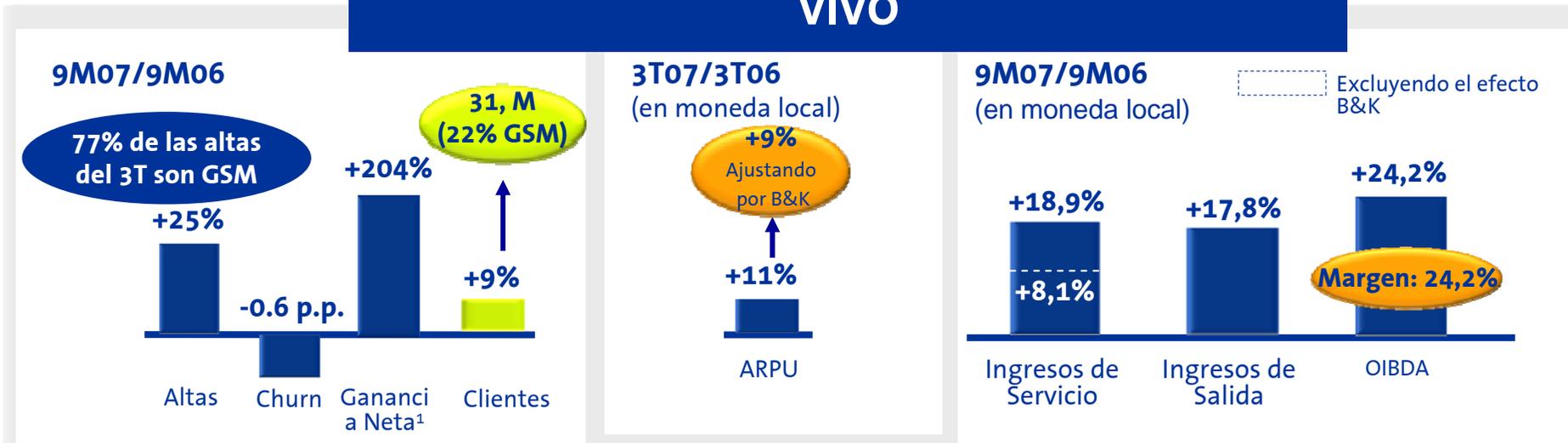


Pesos de los paquetes



4 Móviles Brasil & México: fuerte actividad comercial con ingresos sólidos y mejoras de rentabilidad

VIVO



MEXICO



4

Otras operaciones móviles de en Latinoamérica

 Crecimiento y-o-y

	Sep-07 de clientes (millones)	9M07/9M06 var. de ingresos de servicio ¹	9M07/9M06 var. de ingresos de salida ¹	9M07 margen OIBDA	
ARGENTINA	13,1 	+22%	+24%	28,9% 	<i>El fuerte crecimiento de clientes se traslada a los ingresos de servicio apoyados en unos ingresos de salida robustos. Continuas mejoras de eficiencia permiten incrementar los márgenes</i>
VENEZUELA	9,8 	+30%	+34%	44,0% 	
CENTRO-AMERICA	4,9 	+19%	+30%	39,1% 	
URUGUAY	1,0 	+52%	+65%	23,9% 	
COLOMBIA	7,6 	+13%	+14%	16,9% 	<i>Redefinición de la red de distribución limita la expansión de clientes, mientras que mejoras de ARPU se trasladan a crec. de Ingresos</i>
PERU	7,2 	+52%	+81%	24,7% 	<i>Sostenido crecimiento de clientes con avances sólidos de ingresos y OIBDA</i>
CHILE	6,1 	+20%	+19%	36,3% 	<i>Crecimiento de ingresos de servicio por encima del crecimiento de clientes apoyándose en la expansión de ARPU con mejora de rentabilidad</i>
ECUADOR	2,7 	-4%	-1%	24,4% 	<i>Exitosa oferta comercial, con un mayor uso, que permite crecer ingresos de 3T07 (+15% vs. 3T06 en ml)</i>

5 En resumen, una nueva Latinomérica en 2010...

PIB per capita

**PIB per capita (PPP)
CAGR 06-10E ~ +5,7 %**

11.600 \$

**Población &
Hogares**

**+58 m de trabajadores
+74 m de personas en áreas
urbanas**

**>620 m de personas
> 140 m de hogares**

**Mercado de
telecomunica-
ciones**

**Crecimiento del +8%
permitiendo ser la
región con mayor
dinamismo**

+€35-40 bn

5 ... y una nueva Telefónica Latinoamérica

Accesos

$\times 1,5/1,6$

> 170 millones

Ingresos

$\times 1,5/1,6$

€26-29bn

OIBDA

$\times 1,6/1,9$

€10-12bn

OpCF

$\times 1,8/2,2$

$> €7$ bn

Telefonica
