



Telefónica y Latinoamérica


Conferencia de Prensa

César Alierta
Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A.

São Paulo, 17 de marzo de 2004



Telefónica



- Telefónica: un aliado estratégico para Latinoamérica

- Telefónica: un compromiso con el desarrollo sostenible de Latinoamérica

- Telefónica y Latinoamérica: una oportunidad de crecimiento mutuo

- Nuevos retos de futuro

Un aliado... que cuenta ya con la confianza de más de 100 millones de clientes ...

98,8 Millones
de clientes en Dic'03

NEGOCIOS

En 2004, superamos los **100 Millones** de clientes, incluyendo los procedentes de BellSouth

ÁREAS GEOGRÁFICAS

Cifras a
Diciembre 2003



19,3¹ M
(+3% vs 2002)

21,7² M
(+9% vs 2002)

41,0 Millones



24,8³ M
(+0,8% vs 2002)

33,0⁴ M
(+38% vs 2002)

57,8 Millones

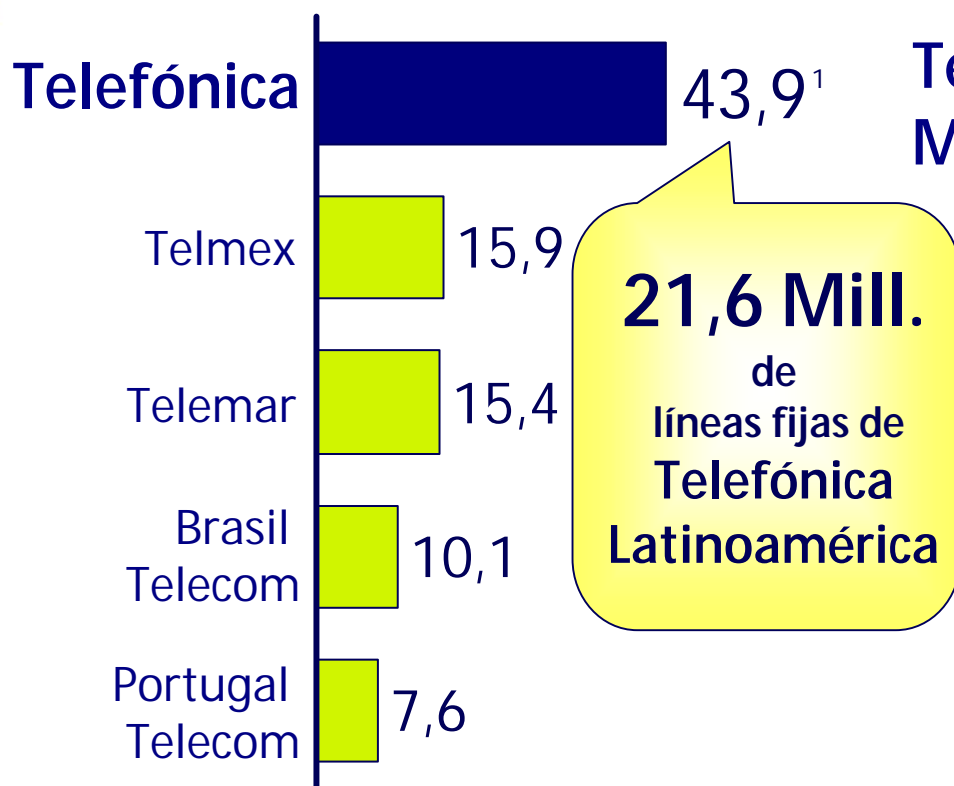
44,1 M

54,7 M

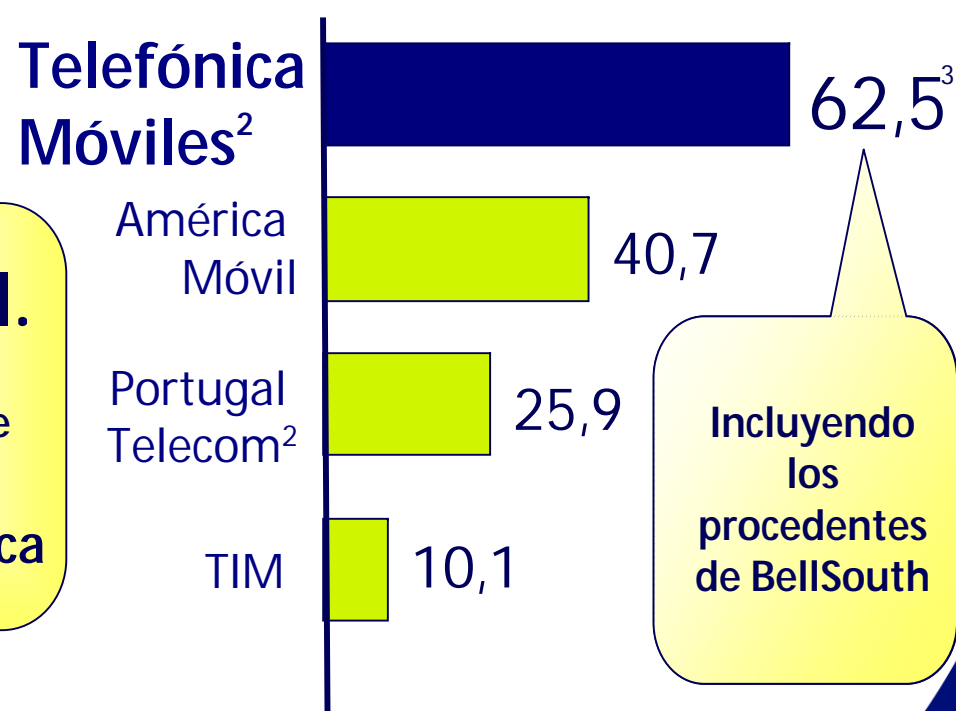
- 1.- Incluye clientes de T-Deustchland.
- 2.- Incluye clientes de la Cuenca del Mediterráneo.
- 3.- Incluye clientes fijos de CANTV y de TV Pago de Cablemágico en Perú.
- 4.- Incluye clientes móviles de CANTV.

... que nos consolida como los líderes en nuestro mercado natural de habla hispana y portuguesa...

Líneas fijas en servicio
Millones. Dic'03



Clientes celulares
Millones. Dic'03



Mercado considerado: España, Portugal y América Latina

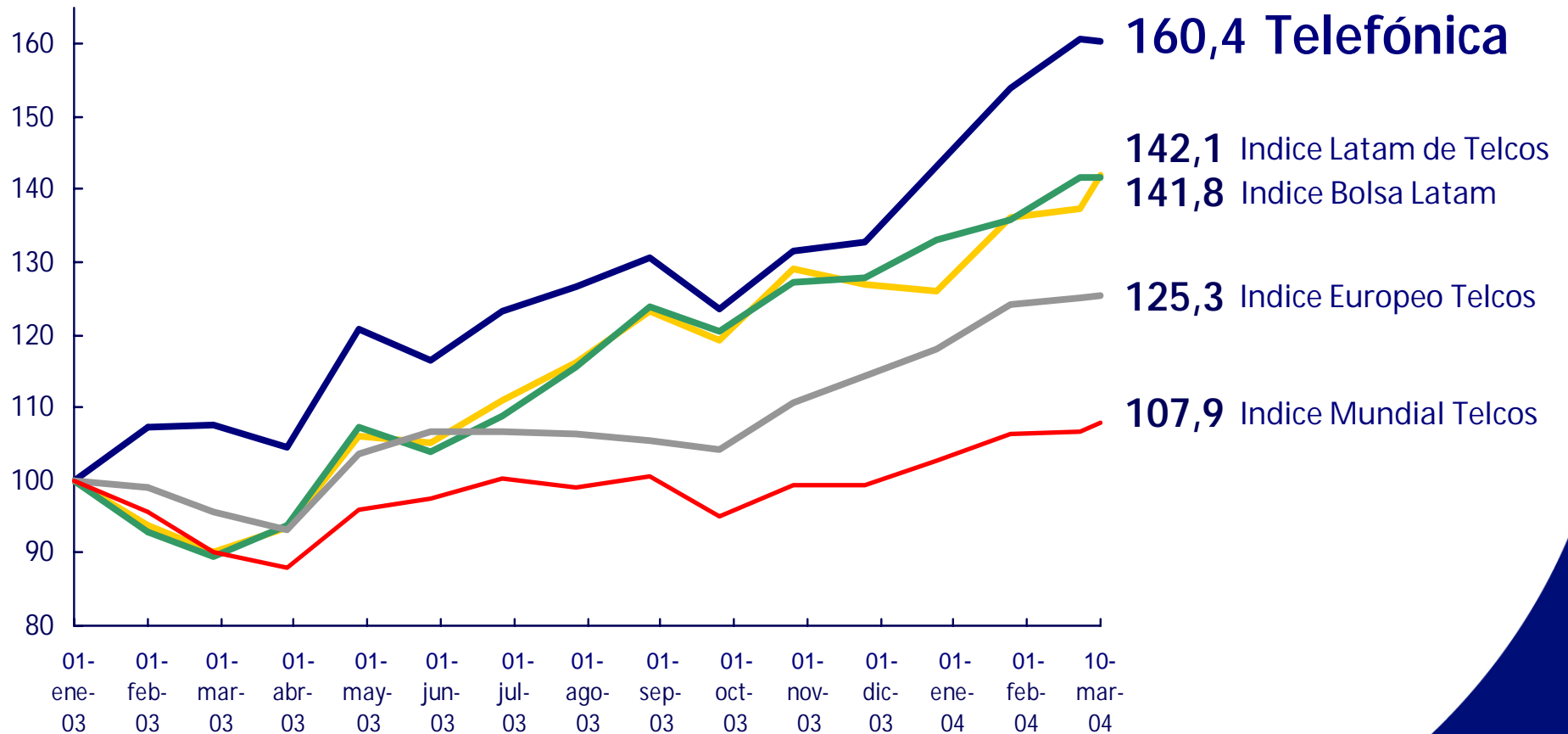
1.- No se incluyen los clientes de Alemania y sí las líneas fijas de CANTV Venezuela y los clientes de TV Pago de Cablemágico en Perú.

2.- TEM y PT incluyen ambas el 100% de los clientes de Brasilcel.

3.- Incluye los clientes de TEM en la Cuenca Mediterránea y no los clientes de CANTV

Nuestro comportamiento en Bolsa ha sido mejor que el del mercado y el de otros comparables ...

Evolución de la cotización de la acción (Base 100: 1/1/03)

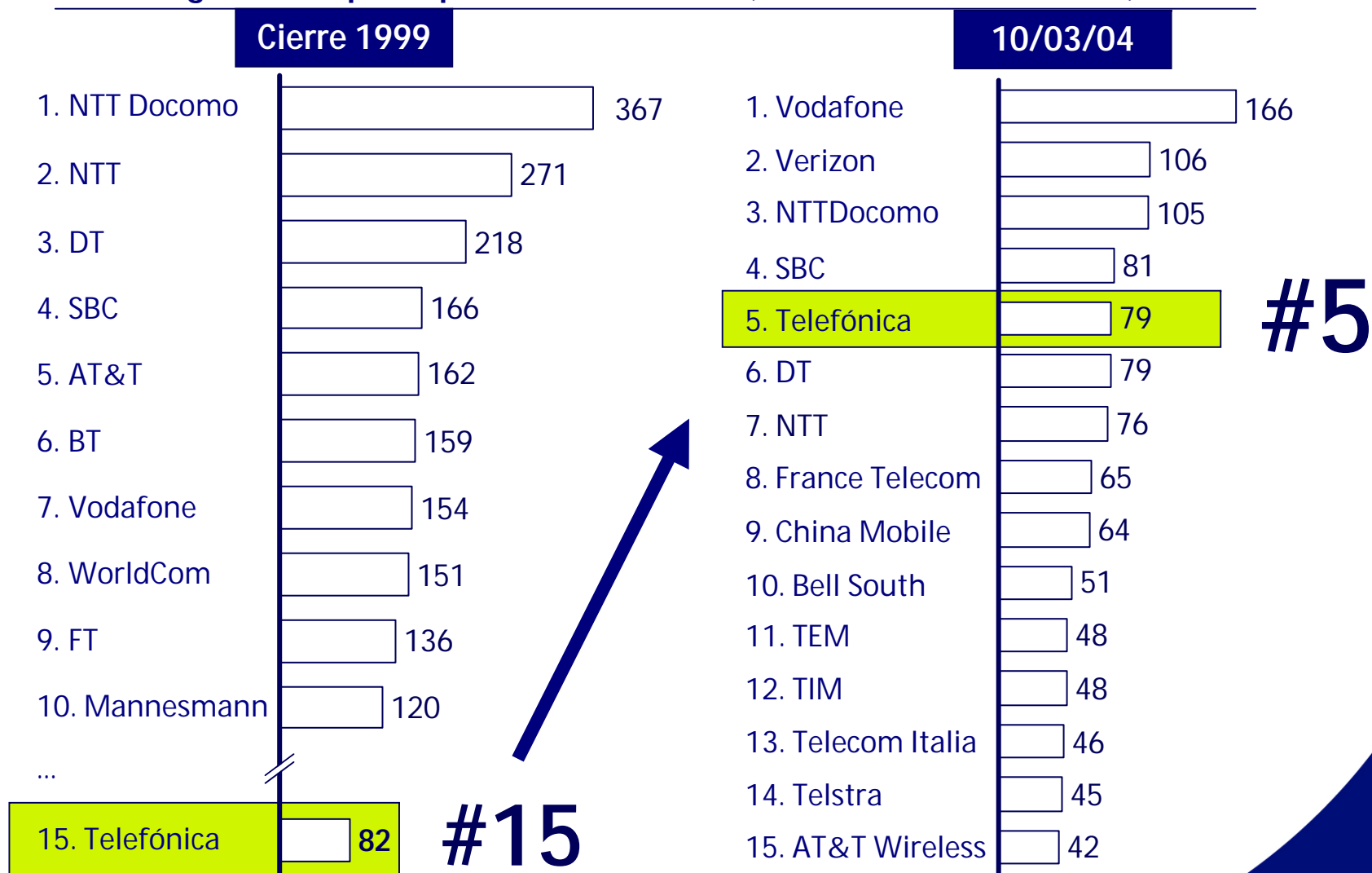


Fuente: Bloomberg

Indices: Citigroup BMI Latin America Telecom Services, S&P Latin America 40, Citigroup EuroStoxx Telecom Price y Morgan Stanley Capital International World Telecom Services

... permitiendo mantenernos entre los primeros operadores a nivel mundial ...

Ranking mundial por capitalización bursátil (Miles de Millones de dólares)



Fuente: Bloomberg.



- Telefónica: un aliado estratégico para Latinoamérica

- Telefónica: un compromiso con el desarrollo sostenible de Latinoamérica

- Telefónica y Latinoamérica: una oportunidad de crecimiento mutuo

- Nuevos retos de futuro

Un compromiso que se traduce en 14 años de inversión sostenida en Latinoamérica

Primer inversor privado en la región *Millones de €*

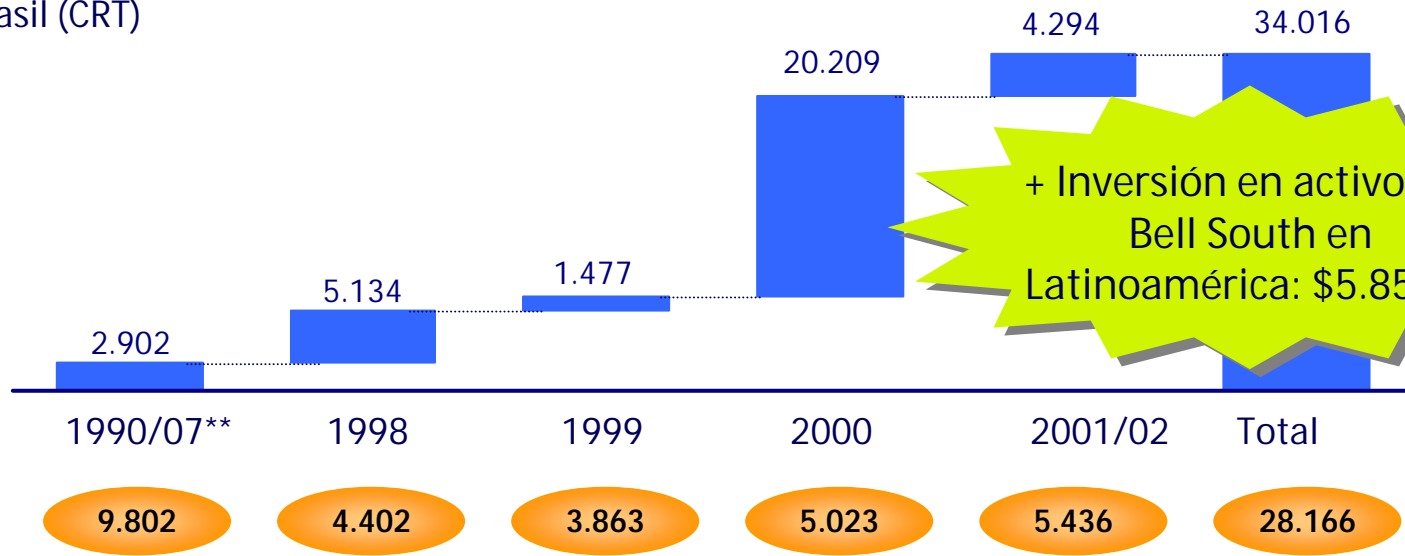


Telefonía fija

- 21.223 MM€ inversión directa
- 24.463 MM€ en infraestructuras

Inversión directa en adquisiciones*

Inversión en infraestructuras



* A precios de mercado del momento
 ** No incluye la inversión en CRT

Fuente: Telefónica Latinoamérica

Una inversión que ha significado...

**Un compromiso con el
desarrollo sostenible**

Con las economías y el
desarrollo de los países

Con la eficiencia de los
servicios

Con la extensión de las
comunicaciones para todos

Con la inclusión digital que
reduzca la brecha social

Y con la cooperación con los
más desfavorecidos: cultura,
educación, sanidad...

Telefónica

Un compromiso con las economías y el desarrollo de los países

BRASIL



ARGENTINA



CHILE



PERÚ



MÉXICO



Tefonía Fija

% ingresos TEF	• 16,94%	• 4,01%	• 4,84%	• 4,48%	• 2,12%
Ventas TEF / PNB	• 1,12%	• 1,01%	• 2,02%	• 2,36%	• 0,12%
# empleados	• 42.496	• 14.100	• 8.795	• 9.422	• 5.228
% compra local	• 96%	• 89%	• 79%	• 85%	
Rank ingresos país	• 1 ^a (privada)	• 6 ^a	• 4 ^a	• 1 ^a	
	• Mayor grupo extranjero por inversión		• 2 ^a empresa por capitalización		• 96 ciudades cubiertas GSM.

Telefonica

Un compromiso con las economías de los países

BRASIL



ARGENTINA



CHILE



PERÚ



MÉXICO



% ingresos TEF

Ventas TEF / PNB

empleados

% compra local

Rank ingresos país

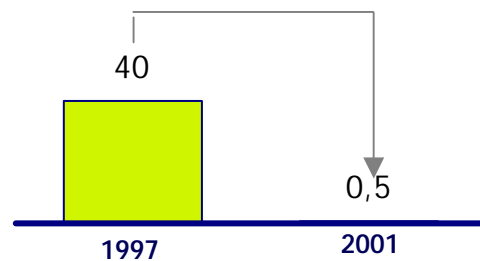
Telefónica es uno de los principales motores de desarrollo económico y empleo de América latina

Un compromiso con la eficiencia de los servicios: tiempo de instalación y coste de alta de las líneas

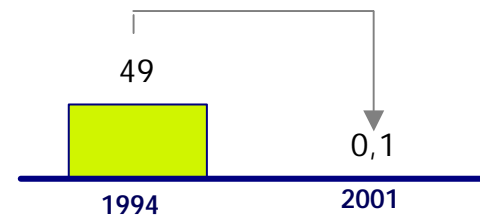
Tiempo de instalación

Meses

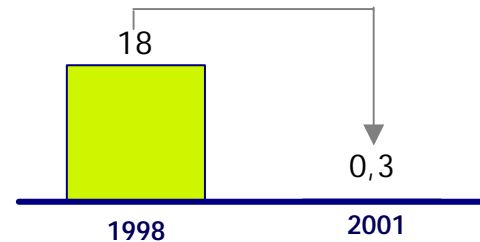
TeleSP



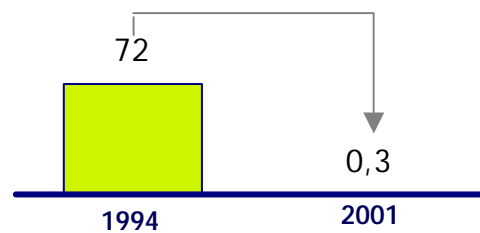
TASA



CTC



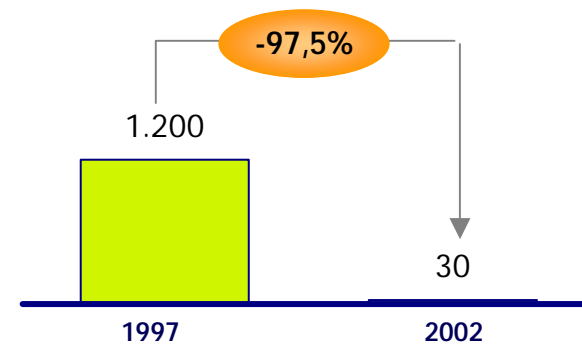
TdP



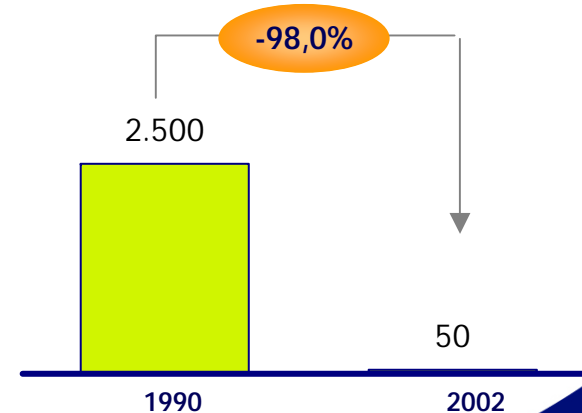
Cuota de alta de la línea

USD

Sao Paulo (TeleSP)

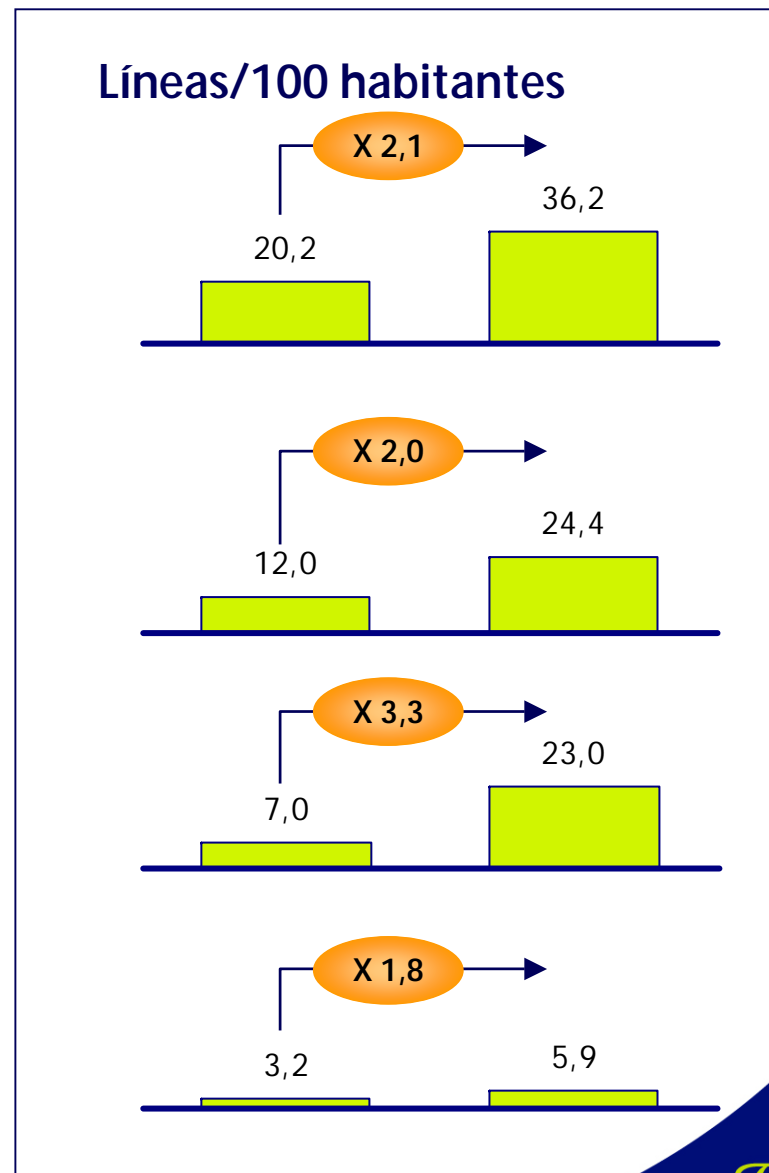
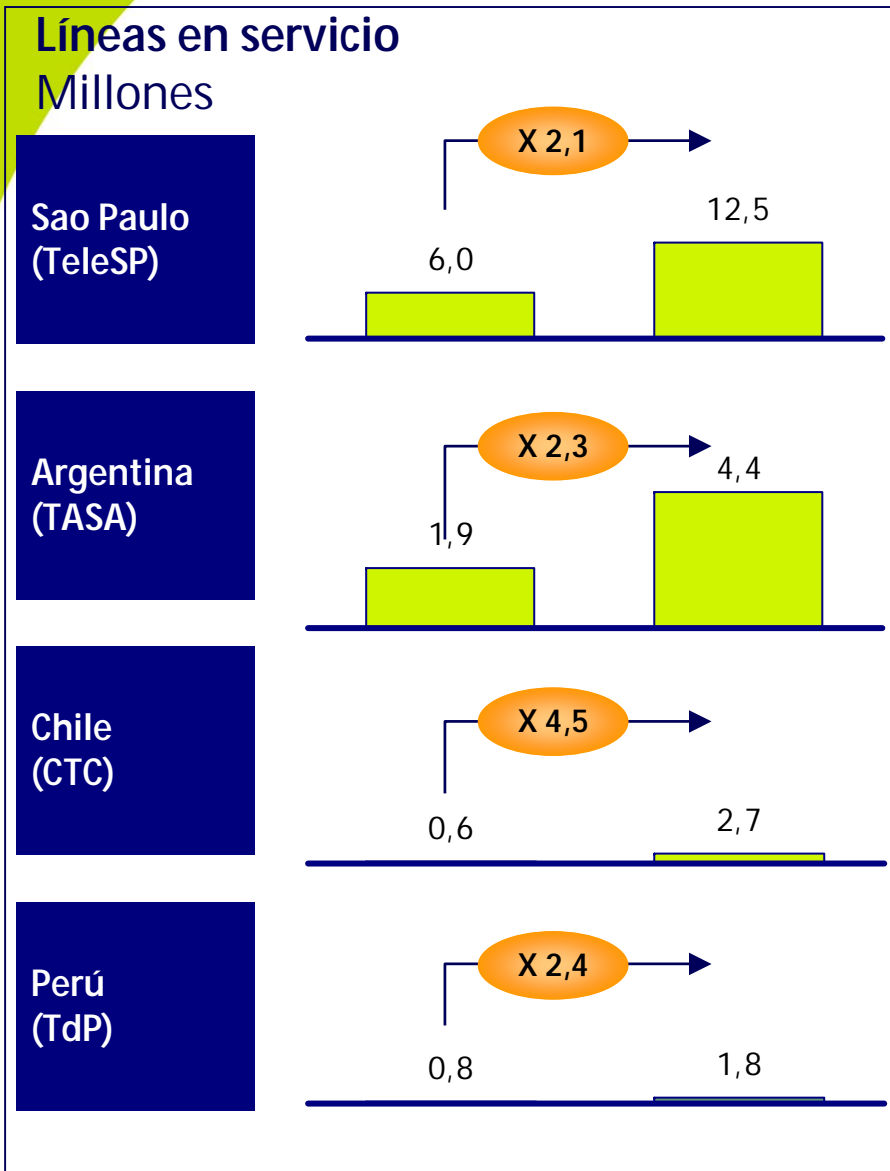


Argentina (TASA)



Telefónica

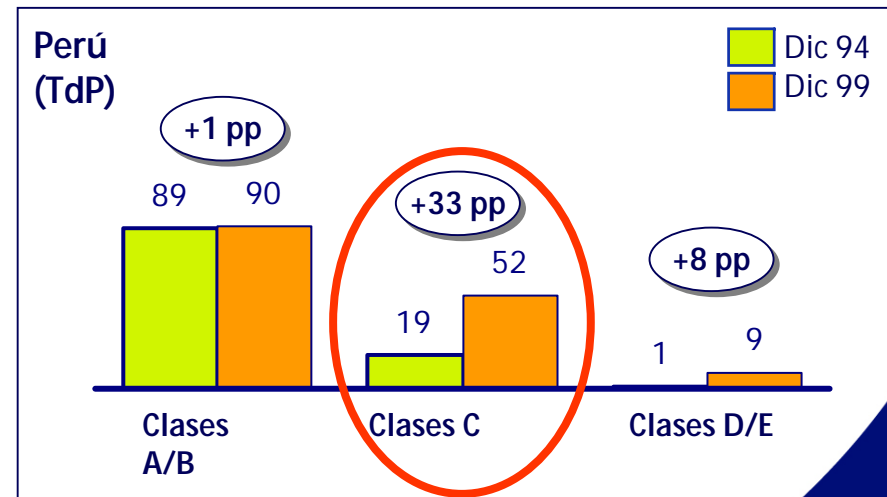
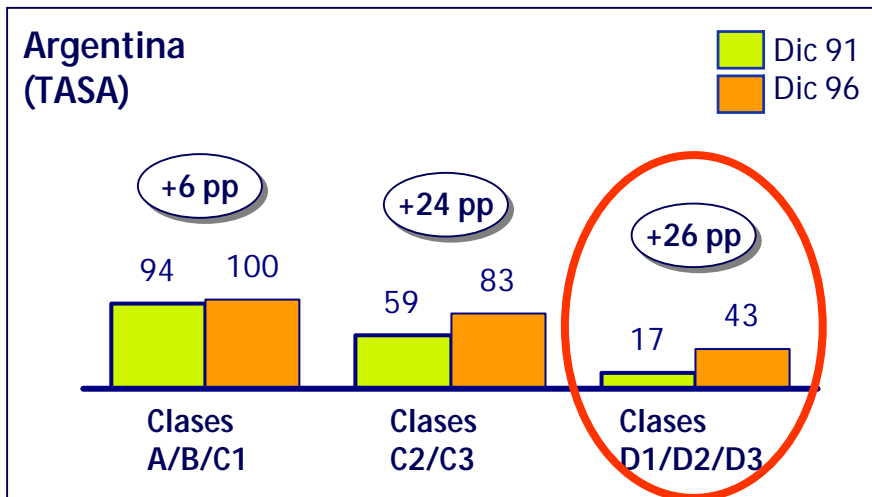
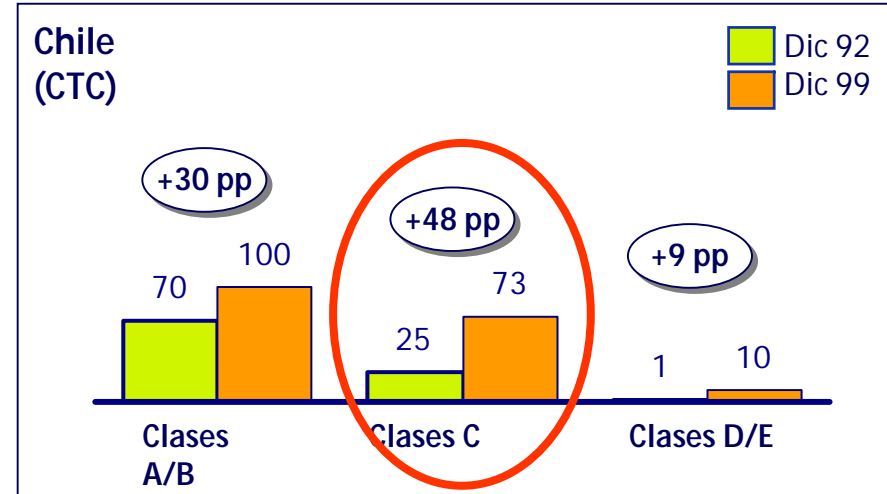
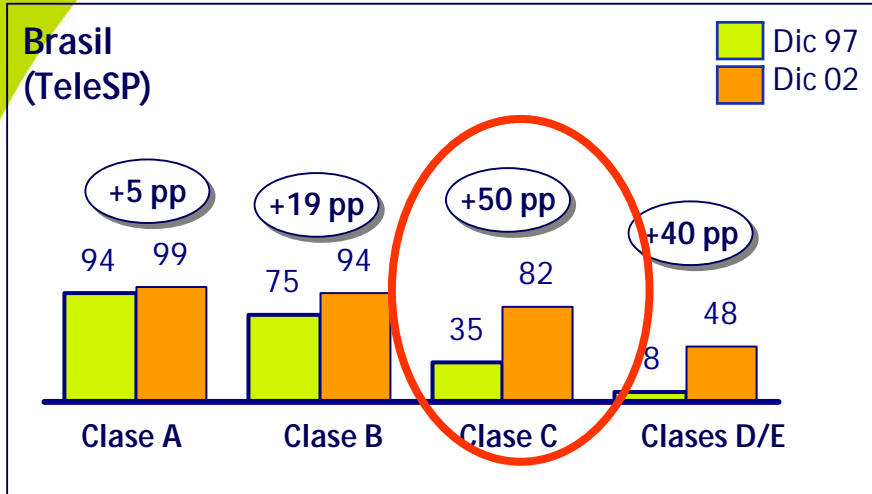
Un compromiso con la extensión del servicio para todos...



* TASA 1990, CTC 1990, TdP 1994, TeleSP 1998

...especialmente de los segmentos de menor nivel de renta

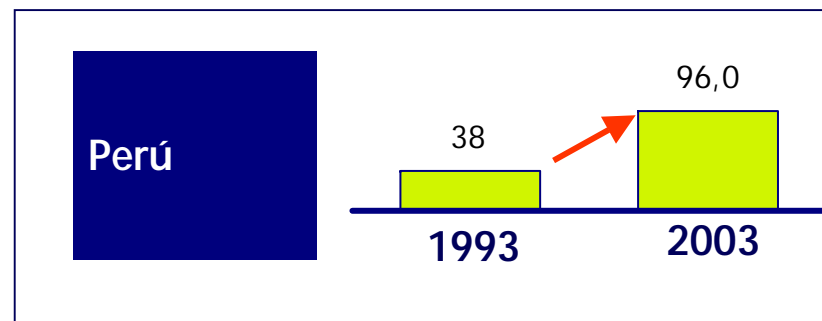
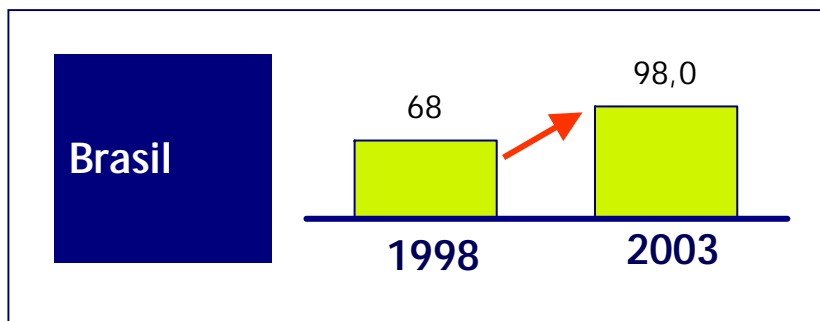
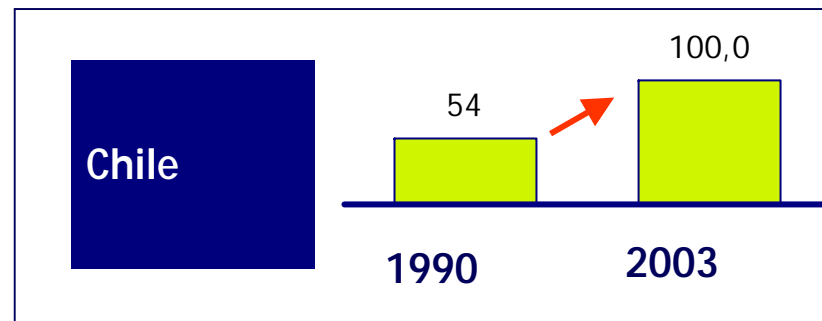
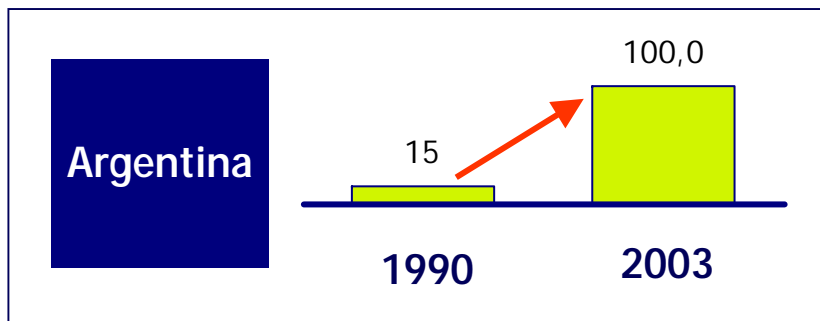
Penetración por nivel de renta



Nota: Considera el ámbito de actuación de cada operadora (TeleSP sólo actúa en el Estado de Sao Paulo; TASA solo actúa en la mitad sur del país)

Y un compromiso con la inclusión digital que reduzca la brecha social

Grado de digitalización de la red fija desde el año de entrada de Telefónica





- Telefónica: un aliado estratégico para Latinoamérica

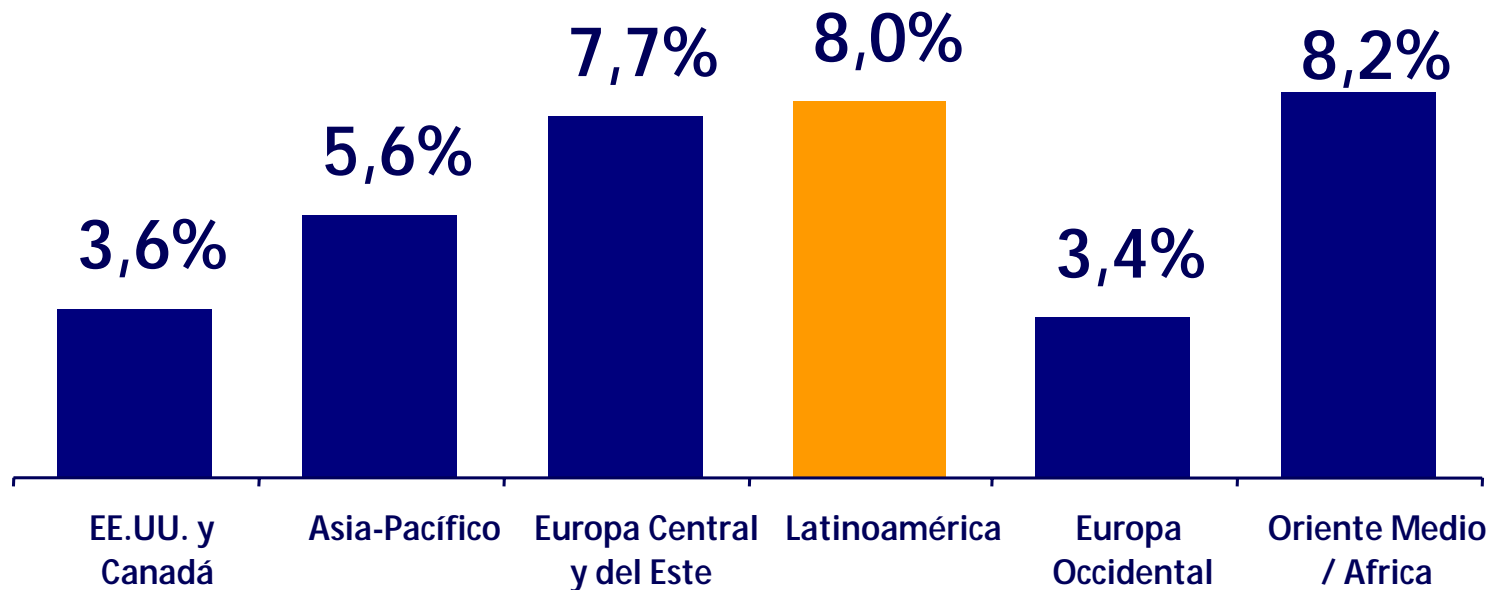
- Telefónica: un compromiso con el desarrollo sostenible de Latinoamérica

- Telefónica y Latinoamérica: una oportunidad de crecimiento mutuo

- Nuevos retos de futuro

Para hacer realidad esta gran oportunidad de crecimiento para Telefónica

% CAGR 02-07 esperado para el mercado de las telecomunicaciones



- *Una gran región, con 500 millones de personas*
- *Con un sólido crecimiento de la población y la riqueza*
- *Con importantes oportunidades de desarrollo*

Fuente: Gartner Inc Enero 2004

Hemos cerrado el acuerdo para la compra de las operaciones de móviles de BellSouth en la región

Adquisición

- 100% de los activos de BellSouth en Latinoamérica: 10 activos en 10 países en una única transacción

Valoración

- Firm Value por el 100% de los activos de BellSouth en Latinoamérica: 5.850 millones de dólares (4.731 millones de euros)

Pago en efectivo

Financiación de la transacción:
generación de caja + deuda

Cierre de la operación sujeto a due diligence y a las aprobaciones por autoridades

Una transacción complementaria con operaciones existentes

Consolidación y liderazgo en los países clave donde estamos presentes

- Argentina
- Chile
- Perú

+

Entrada con masa crítica en mercados de fuerte crecimiento

- #1 Venezuela
- #2 Colombia
- #2 Ecuador
- #2 Uruguay

+

Consolidación de operaciones en Centroamérica

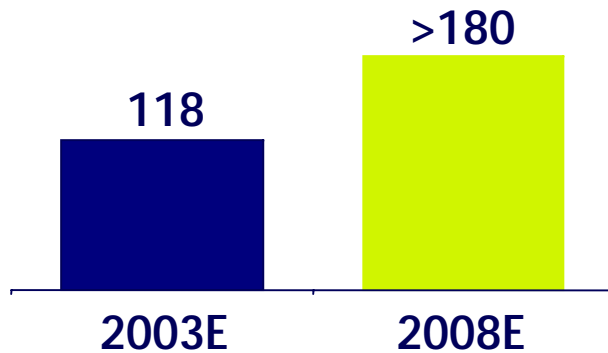
- #1 Panamá
- #1 Nicaragua
- Mejora posición en Guatemala

Aumento de la diversificación del perfil de crecimiento de Telefónica:

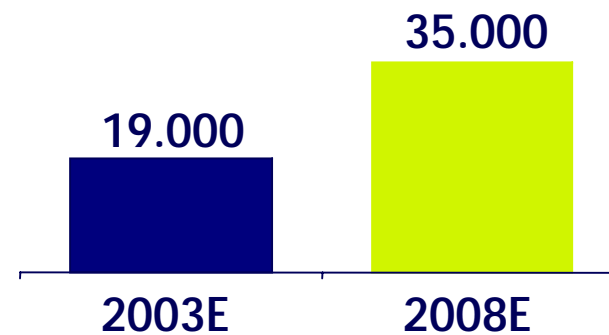
- 6 nuevos países
- cerca de 90 millones de habitantes adicionales

En una región en la que el negocio celular presenta un gran potencial de crecimiento

Clientes móviles totales
(Millones)



Ingresos móviles totales
(Millones de dólares)



- Bajas penetraciones en un mercado de más de 500 millones de habitantes
- Atractivas expectativas del negocio móvil
- El crecimiento de la industria móvil supera claramente a otras industrias de consumo
- El entorno competitivo está mejorando
- Los movimientos de consolidación son una oportunidad para mejorar los márgenes de EBITDA
- Fuerte potencial para incrementar la generación de caja

...que consolida nuestro liderazgo en la región

Activos Telefónica Móviles:
30,3 Millones de clientes



Activos BellSouth:
10,5 Millones de clientes



+

40,8 Millones de clientes con una población de 421 Millones de habitantes

Telefónica

Latinoamérica se ha convertido en el elemento clave de las actividades de Telefónica

Miles de clientes



Cientes de la Joint Venture con PT *
Fuente: Telefónica S.A.



- Telefónica: un aliado estratégico para Latinoamérica

- Telefónica y su compromiso con el desarrollo sostenible de Latinoamérica

- Telefónica y Latinoamérica: una oportunidad de crecimiento mutuo

- Nuevos retos de futuro

Los retos surgen del cambio estructural en el sector de las telecomunicaciones, con fuertes implicaciones en el negocio

Nuevas necesidades del Cliente

- Demanda creciente de nuevos servicios y aplicaciones de datos sobre *Banda Ancha* y sobre las *nuevas generaciones de móviles*

Nuevas oportunidades de crecimiento

Marco competitivo

- Creciente madurez del mercado, incremento de la *intensidad competitiva* y *ampliación de la cadena de valor*

Necesidad de potenciar la actividad comercial para crecer

Tecnología e innovación

- Incorporación de las nuevas tecnologías que implican *cambios en la gestión de los operadores*

Inversiones y recursos selectivos

Parámetros económicos del negocio

- Mayor visibilidad de *resultados y generación de caja* a corto plazo vs. crecimiento no rentable

Reorientación hacia los *negocios base* de telecomunicaciones

De pensar en el cliente de forma global, poniendo la tecnología al servicio de sus necesidades

Compromiso: Cliente

Prioridad máxima al incremento de capacidades y recursos comerciales

100% de la plantilla con Actitud Comercial

Grandes Empresas
Administraciones



Individuos



Hogares



PYMEs



Vamos a hacer del CLIENTE el punto clave de nuestra estrategia

...Y con la cooperación y solidaridad para con los más desfavorecidos

Esta es la base de la acción social y cultural que ha generado programas de cooperación que han beneficiado a cerca de 7 millones de personas

Educación

- Conexión de centros educativos
- Iniciativas para enseñar a utilizar Internet
- Desarrollo iniciativas educativas en la red
- Creación de áreas virtuales de trabajo

Cooperación

- Redes de colaboración entre las asociaciones de cooperación.

Medicina y discapacidad

- Formación y empleo para personas con discapacidad
- Facilitar la comunicación de las personas con discapacidad
- Teleasistencia y telemedicina
- Uso de tecnologías para facilitar la investigación

Arte y cultura

- Creación de realidades virtuales
- Fomento de la cultura a través de tecnologías

**45 millones de
euros / año**

Telefonica

Telefónica
