

La nueva Telefónica Latinoamérica



Telefónica

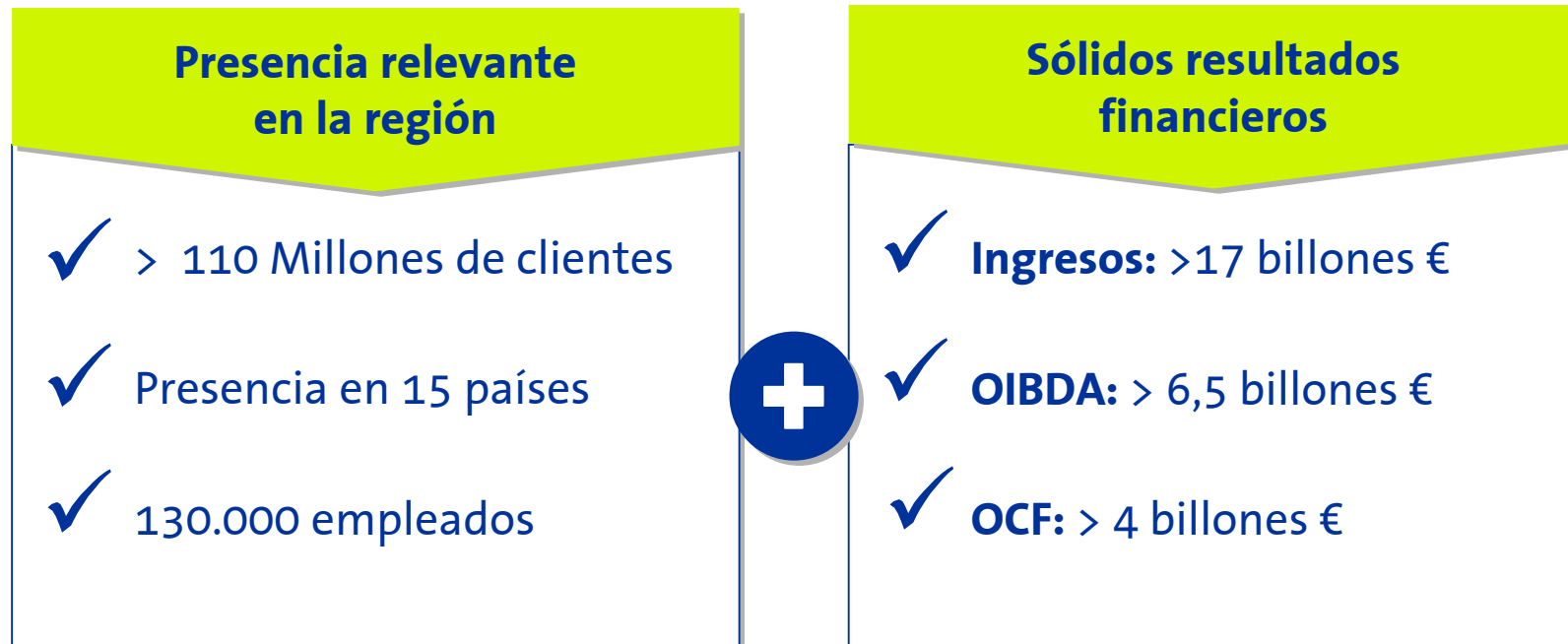
Contenido

01 La nueva Telefónica Latinoamérica

02 Resultados operativos y financieros

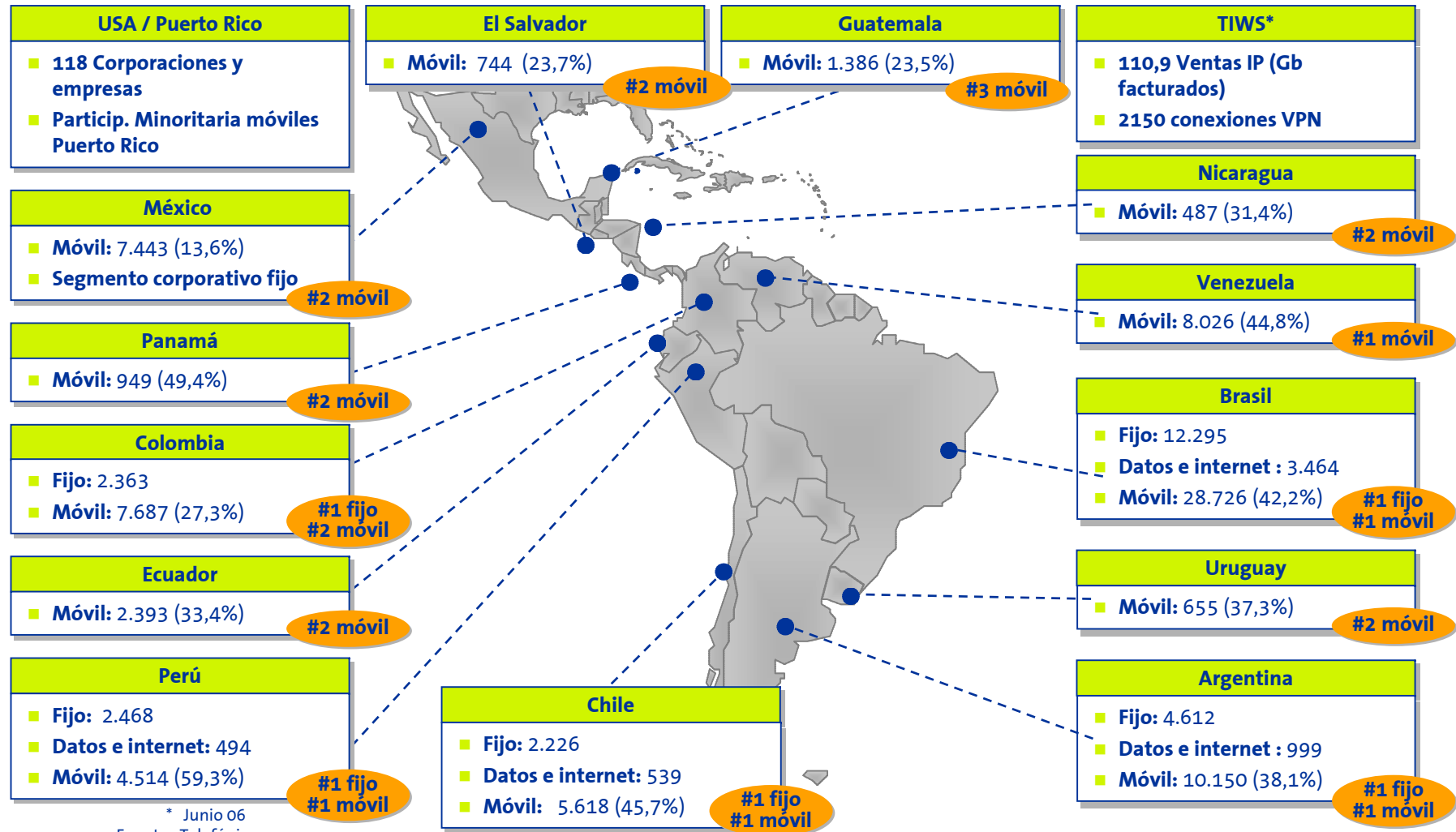
01 La nueva Telefónica Latinoamérica

Previsión cierre 2006



01 La nueva Telefónica Latinoamérica está presente en 15 países, con posición de liderazgo en muchos mercados

Septiembre 2006. Miles de líneas



01 A futuro, los factores sociodemográficos y económicos, junto con el desarrollo de la Sociedad de la Información facilitarán el crecimiento del mercado

Base demográfica de ~500 M de personas con un crecimiento del 1-2% anual

- Crecimiento de población homogéneo en todos los países de la región, desde el 1% de Argentina al 1,8% de México

Estabilidad y crecimiento económico en todos los países de la región

- Reducción del riesgo de país en los últimos años, acompañado de un aumento considerable de la inversión extranjera
- Crecimiento significativo del PIB en todos los países de la región (3-6%)

Distribución de la renta más equilibrada

- 13 millones de personas salieron de la pobreza en la región en el periodo 2003-2005
- En Brasil, en los últimos 4 años, el PIB del 20% de menor renta, ha crecido a una tasa 3-4 veces superior a la media

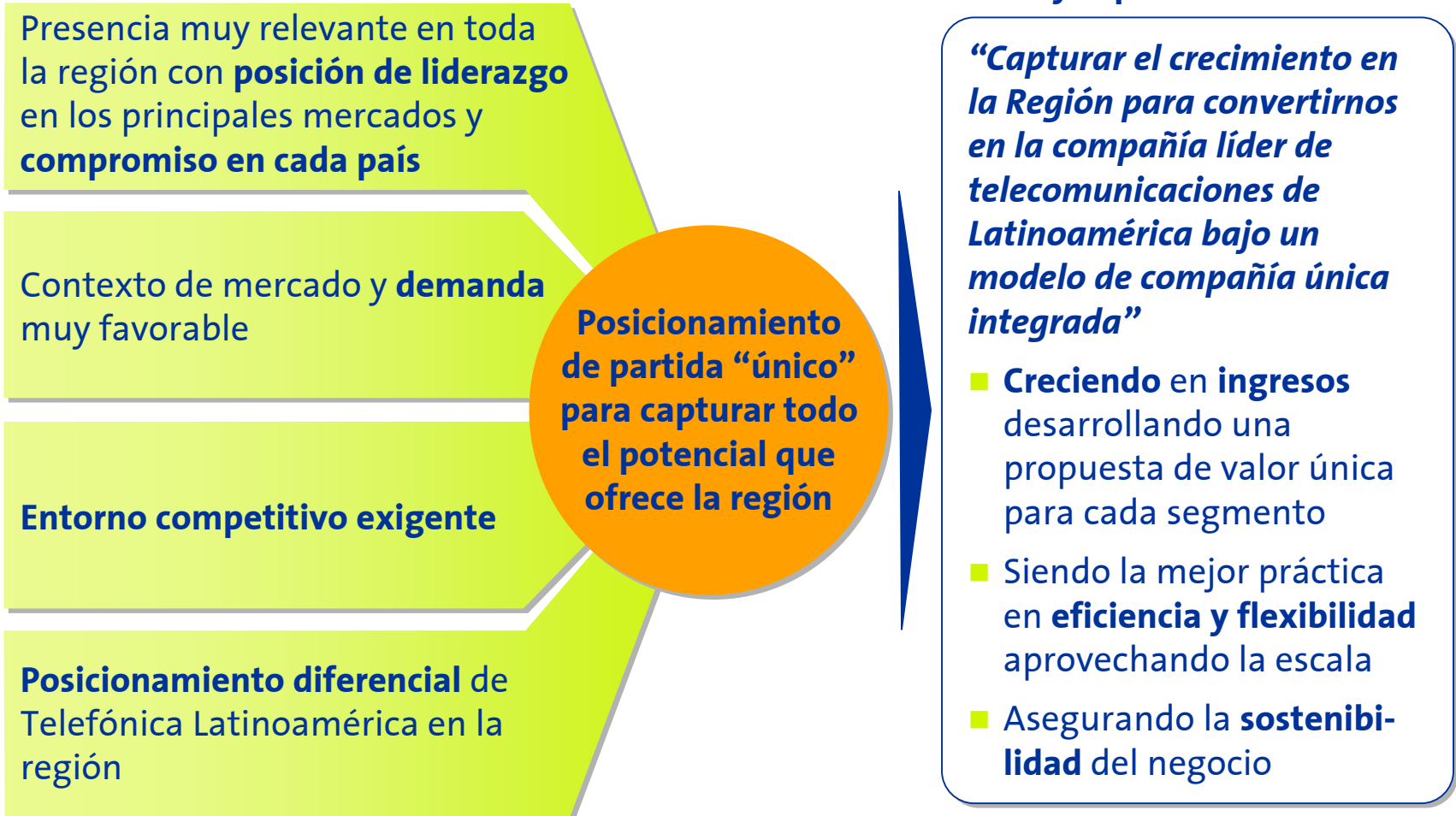
Impulso al desarrollo de la Sociedad de la Información

- Creciente interés de los diferentes organismos públicos locales y regionales en impulsar la Sociedad de la Información
- Avance en la penetración de todos los servicios que genera un círculo virtuoso o efecto red

01 La nueva Telefónica Latinoamérica tiene ventajas inigualables

- 1 Pertenencia a un Grupo integrado de Telecomunicaciones
- 2 Posición de incumbencia en 5 mercados, con un portafolio de negocios equilibrado
- 3 Coherencia en el discurso regulatorio por negocios
- 4 Liderazgo en Banda Ancha
- 5 Eficiencia y flexibilidad
- 6 Estructura y homogeneidad de la marca
- 7 Organización orientada a la integración Fijo- Móvil

01 Visión y aspiración de la nueva Telefónica Latinoamérica



Contenido

01 La nueva Telefónica Latinoamérica

02 **Resultados operativos y financieros**

02 Estrategia: Crecimiento en negocios de alto valor con foco en rentabilidad

T. Latam (Fija)

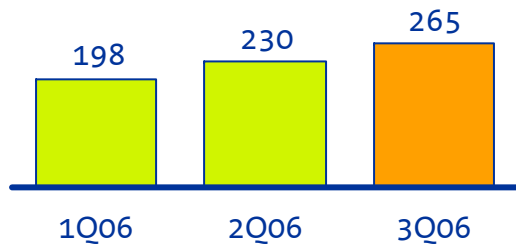
- **Foco en banda ancha** en todos los países, posicionando de modo gradual los productos 2P y 3P en la región
- **Crecimiento “top-line” para todos los operadores**, guiado por la banda ancha y por la gestión activa de servicios tradicionales
- **Rentabilidad sólida, mejorando trimestre a trimestre**, a través de un mayor foco en una gestión regional y local

T. Latam (Móvil)

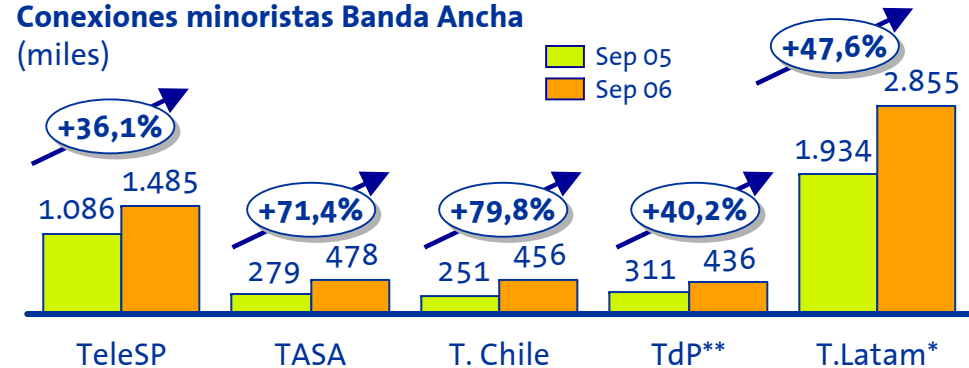
- **Fuerte crecimiento en ingresos de servicios**, en línea con una expansión de clientes impulsada por una fuerte actividad comercial
- Resultados prometedores en OIBDA, **acelerando en los márgenes**
- **Fuerte generación de caja**, duplicándose anualmente, a partir de OpCF positivo en todos los países excepto México y Colombia

02 T. Latinoamérica: La conectividad de la Banda Ancha y los SVAs impulsan el crecimiento ...

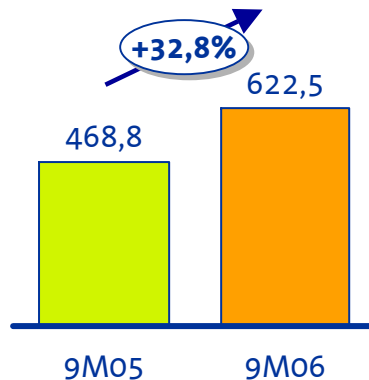
Ganancia neta Banda Ancha Minorista*
(miles)



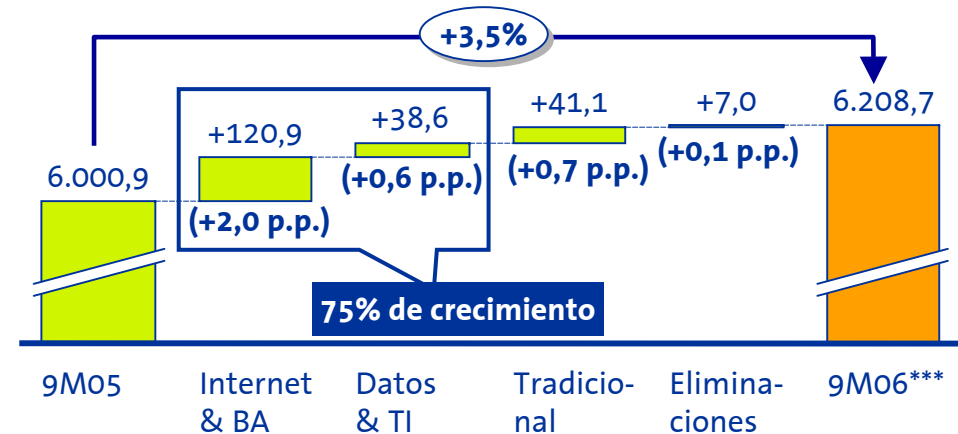
Conexiones minoristas Banda Ancha
(miles)



Ingresos Banda Ancha
(moneda local, millones)



Desglose del incremento de ingresos consolidados
(moneda constante***, millones)

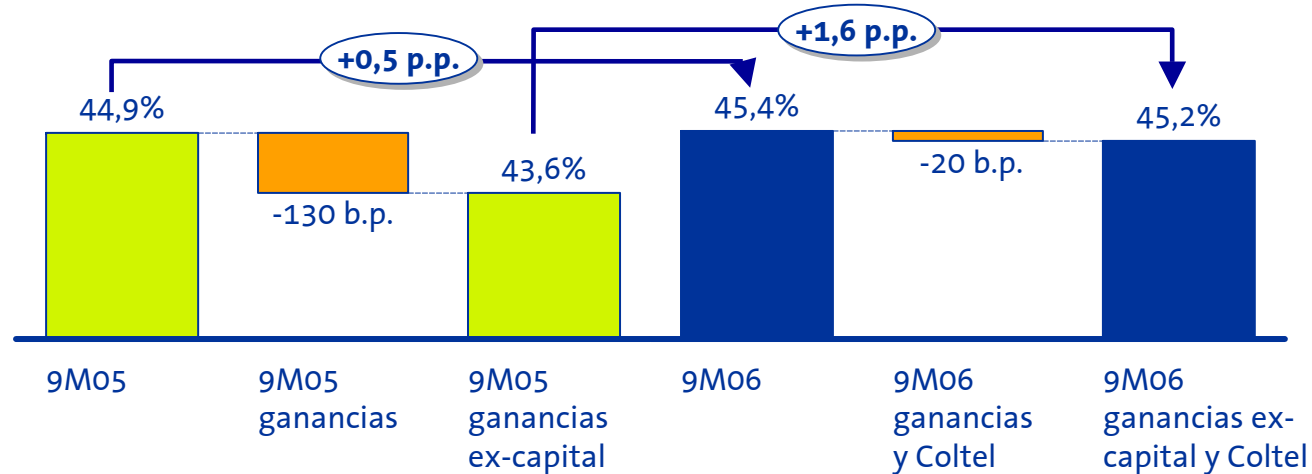


* Excluyendo Terra Latam

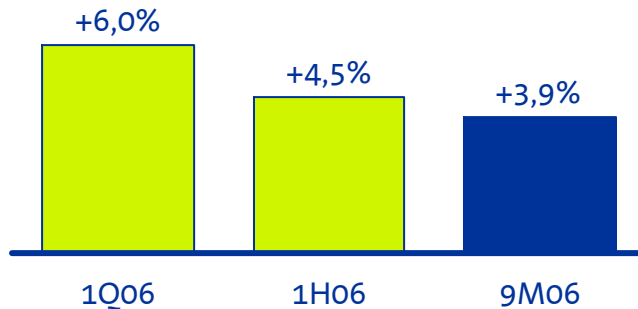
** Incluyendo cable

*** Asumiendo constante el tipo de cambio de 9M05. Excluyendo cambios en la consolidación, Coltel

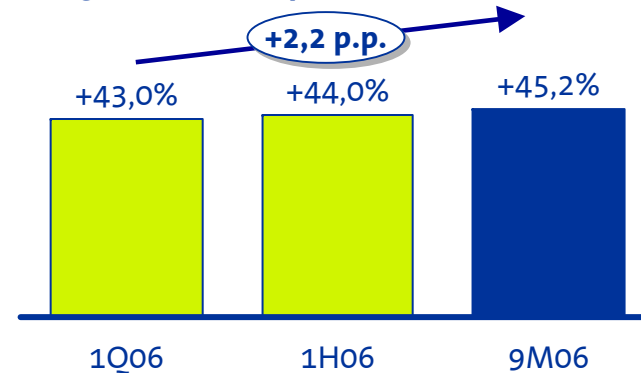
02 ... manteniendo el foco en la eficiencia a través de una gestión local y regional



Incremento gastos operativos*
(moneda local)



Margen OIBDA Grupo - Tendencia**



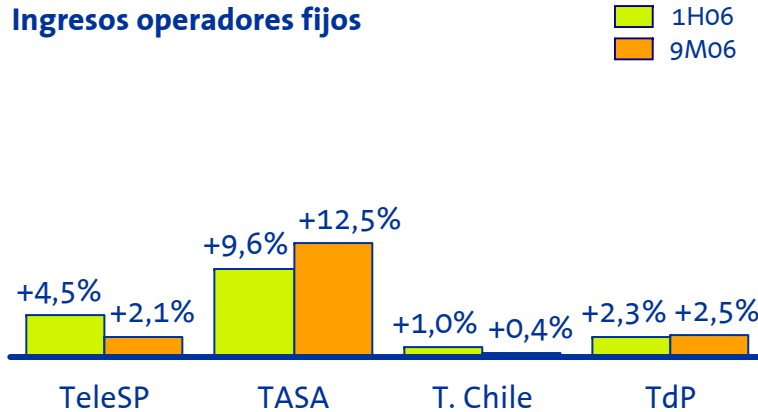
* Personal (ex-reestructuración de costes), servicios externos, suministradores, costes de impagados y otros gastos de explotación

** Excluyendo ganancias de capital y Coltel

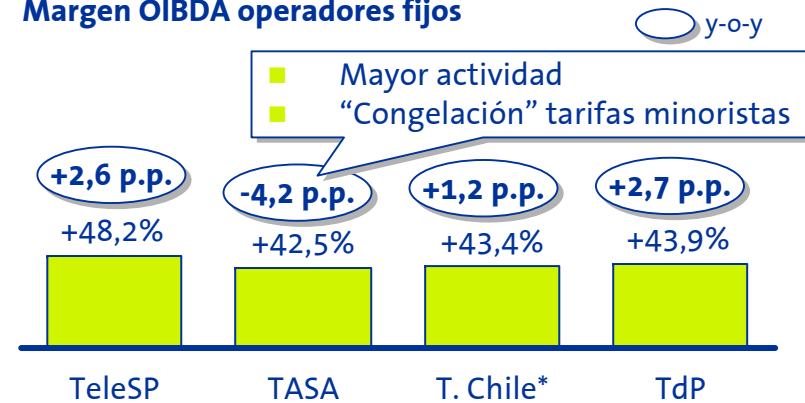
Nota: Margen OIBDA esta calculado antes de los honorarios de la dirección

02 Los operadores locales están gestionando crecimiento y rentabilidad de un modo equilibrado

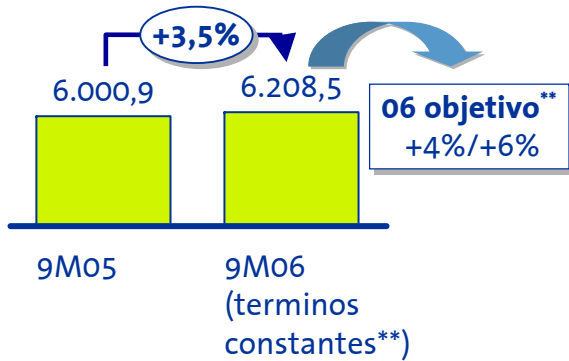
Ingresos operadores fijos



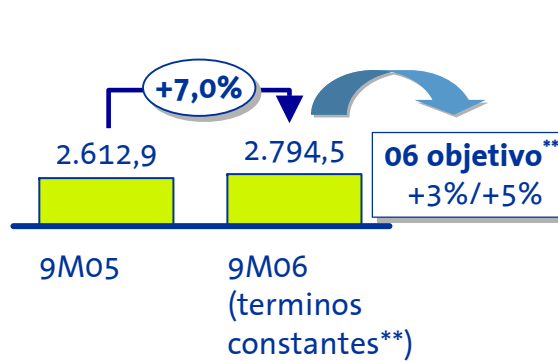
Margen OIBDA operadores fijos



9M06 ingresos vs objetivo (€ millones)



9M06 OIBDA ajustado vs objetivo (€ millones)



Actualización del Guidance

Ingresos	Desde +4%/+6% a "alrededor de extremo inferior"***
OIBDA	En el rango alto de +3%/+5%

Ingresos de las operadoras incluyendo Datos & TI en 2005/2006. T-Latam incluye Terra Latam desde Jun. 05

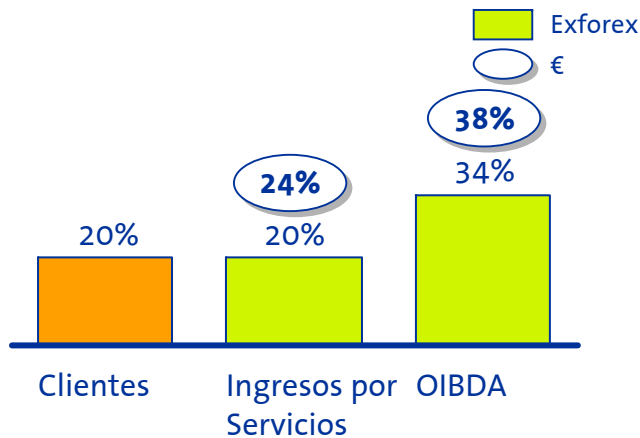
* Excluyendo cargos de reestructuración de personal

** Asumiendo divisa constante fecha 9M05 (como en 2005 para el objetivo del final de año). Excepto cambios en la consolidación Coltel

*** Incluyendo cambios en la contabilidad no descontados en el guidance, agregando 0.7p.p. al crecimiento de las ventas: las tarifas intal de la contabilidad se incluyen como costes desde 1/1/06 (previamente neteado de ingresos) en Brasil, Argentina y Perú. Incluyen las Comisiones de la telefonía pública como costes desde 1/1/06 (previamente neteado de ingresos) en Perú

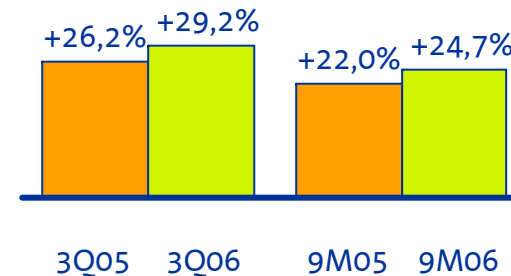
02 En el negocio móvil, el fuerte incremento de los ingresos por servicios y la mejora de la rentabilidad han impulsado la generación de caja

Ratios de crecimiento 9M06/9M05



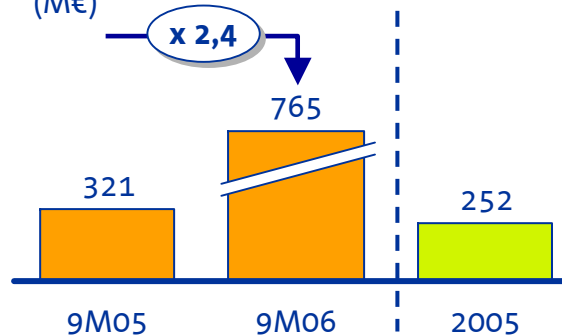
■ Ingresos: +29,2% (+32,7% en €)

Margen OIBDA



■ Actividad comercial: +39% 3Q06/3Q05

OpCF (M€)



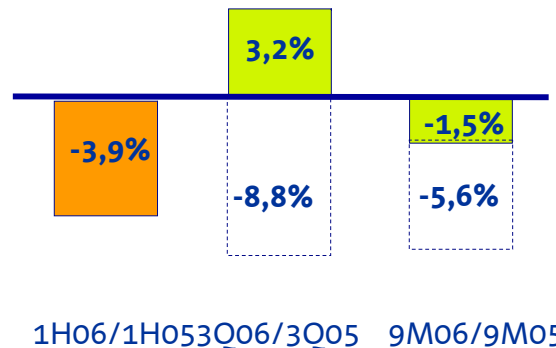
■ OpCF positivo en todos los países excepto México y Colombia

02 Brasil: las iniciativas lanzadas están mostrando los primeros resultados, estableciendo las pautas para mejorar la posición competitiva

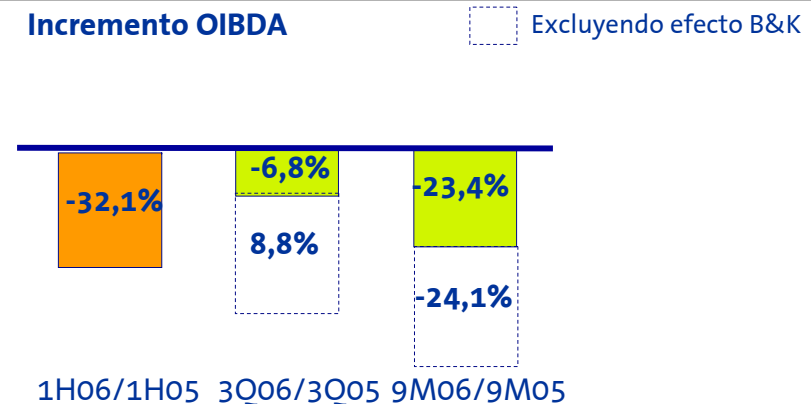
Problemas identificados	Acciones tomadas en 3Q06	Resultados conseguidos
<ul style="list-style-type: none"> ■ Pérdida de valor del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Foco en el segmento y la región para retener clientes premium ■ Optimización de costes comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reducción del churn en el segmento premium de postpago (-0,1 p.p.) vs Jun-06 ■ Incremento de +40 p.p. en el establecimiento de contactos para retención
<ul style="list-style-type: none"> ■ Fraude 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Medidas para controlar la “clonación” y reducir el fraude 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reducción casos de “clonación” en un 84% vs. el mismo periodo del año anterior
<ul style="list-style-type: none"> ■ Precio 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lanzamiento de nuevos planes prepago 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Incremento MOU prepago: +6,6% vs. 3T05 y cambio en la tendencia del ARPU
<ul style="list-style-type: none"> ■ Call Center 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mejora del servicio del call center 	<ul style="list-style-type: none"> ■ +40 p.p. en el servicio de call center



Incremento ingresos por servicios

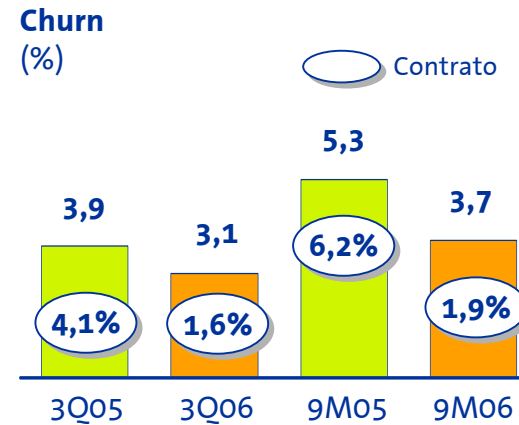
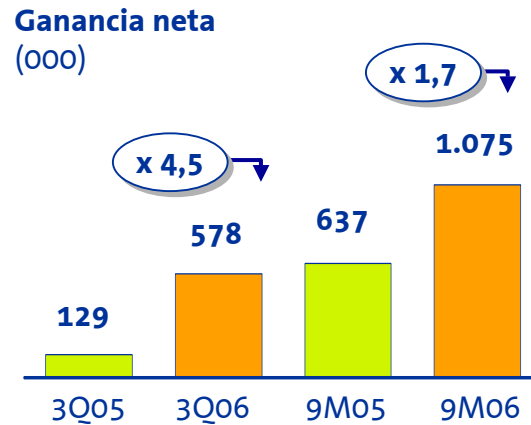


Incremento OIBDA

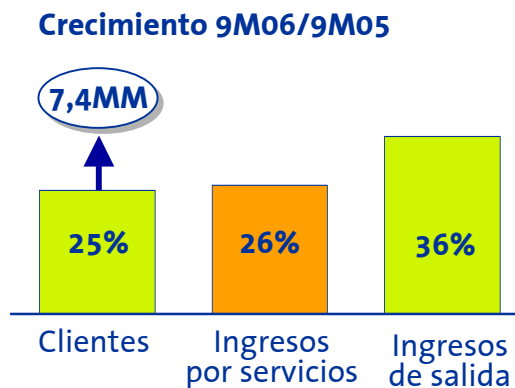


Excluyendo efecto B&K

02 México: el fuerte crecimiento de los ingresos ha permitido el “breakeven” de OIBDA trimestral

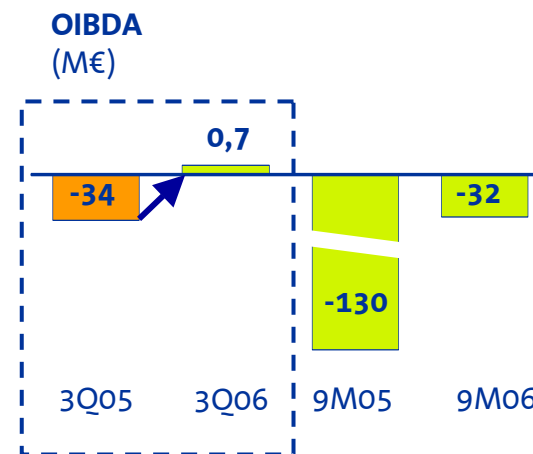


■ Actividad comercial: +9,4% y-o-y vs. 9M05

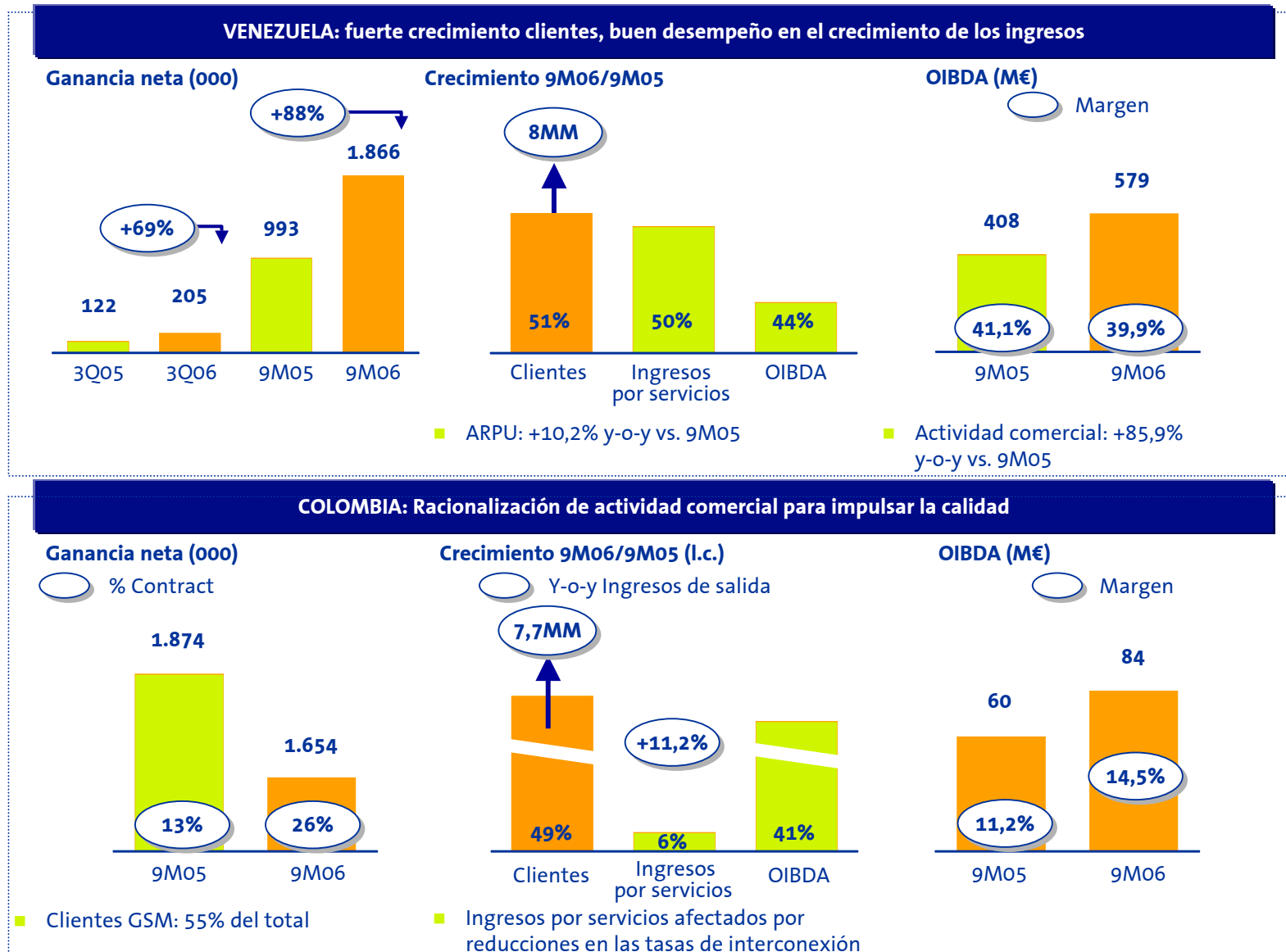


■ ARPU: +8,0% y-o-y vs. 9M05

■ MOU: +36,0% y-o-y vs. 9M05



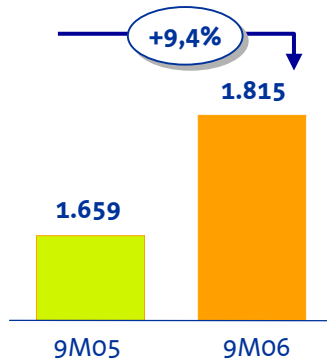
02 Principales operaciones (I)



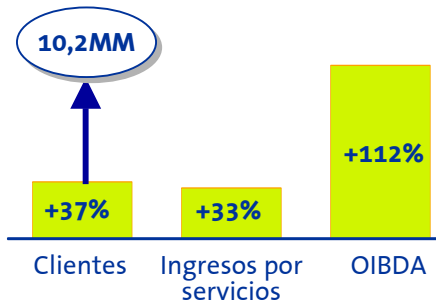
02 Principales operaciones (II)

ARGENTINA: Sólida expansión de los clientes con fuerte crecimiento de los ingresos por servicios

Ganancia neta (000)

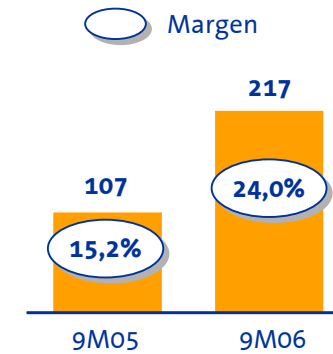


Crecimiento 9M06 y-o-y (l.c.)



■ Clientes GSM: 70% del total

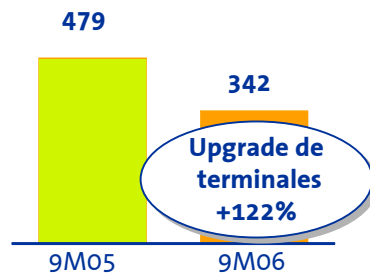
OIBDA (M€)



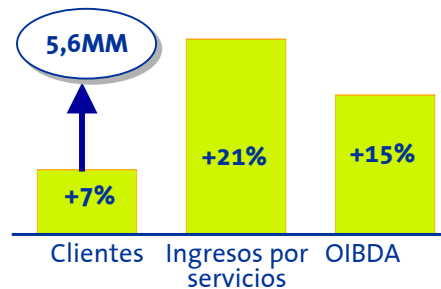
■ Fuerte actividad comercial: +29% 9M06 vs. 9M05

CHILE: El mejor "mix" de clientes ha llevado a un fuerte incremento de los ingresos por servicios

Ganancia Neta (000)



Crecimiento 9M06 y-o-y (l.c.)

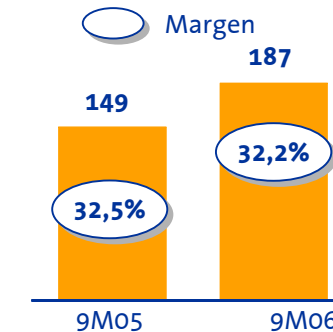


■ Foco fuerte en el segmento de "contrato": 20% de la base total

■ ARPU: +13,5%y-o-y vs. 9M05

■ Clientes GSM : 69% del total

OIBDA (MM€)



02 Conclusiones

- La nueva Telefónica Latinoamérica parte de un posicionamiento único para capturar las oportunidades de crecimiento que ofrece la región a futuro
- En este sentido, la orientación de la nueva Telefónica Latinoamérica hacia la gestión de un negocio integrado y convergente será clave para la captura de estas oportunidades
- La estrategia a futuro seguirá enfocándose en el crecimiento en negocios de alto valor, tanto en fijo como en móvil, con un enfoque de gestión que combina la escala regional con el “expertise” local, haciendo foco en un crecimiento rentable

Telefonica
