



Jazztel 2010

Enfocados en el crecimiento,
comprometidos con la
rentabilidad

Madrid,
16 de Abril de 2008



Este documento contiene proyecciones de futuro que están sujetas a riesgos e incertidumbres. Los resultados reales podrían diferir sustancialmente de los sugeridos en dichas proyecciones debido a los riesgos e incertidumbres asociadas con el negocio de Jazztel, las cuales incluyen entre otros, el desarrollo competitivo, riesgos asociados con el crecimiento de la compañía, el desarrollo de los mercados en donde opera Jazztel, riesgos regulatorios, la dependencia de sus mayores clientes y sus socios, así como otros riesgos presentes en la relación entre la compañía y ciertos organismos reguladores Europeos.

La información y opiniones contenidas en este documento son ofrecidas de acuerdo con los datos existentes en la fecha de su presentación y están sujetas a cambios sin previo aviso. Esta presentación no constituye ni forma parte de una oferta y no debe ser interpretada como tal para solicitar la venta o emisión de valores de la Compañía o cualquiera de sus subsidiarias en cualquier jurisdicción o como un incentivo para entrar en una actividad de inversión en cualquier jurisdicción. Ni esta presentación, en todo o en parte, ni el hecho de su distribución, formará las bases de ningún contrato o compromiso de decisión de inversión.



Presentación del Plan de Negocio 2008-2010

Leopoldo Fernández Pujals – Presidente

Jazztel como oportunidad de crecimiento

José Miguel García – Consejero Delegado

Estrategia de implementación para lograr el crecimiento

Luis del Pozo – Director de la Unidad Residencial

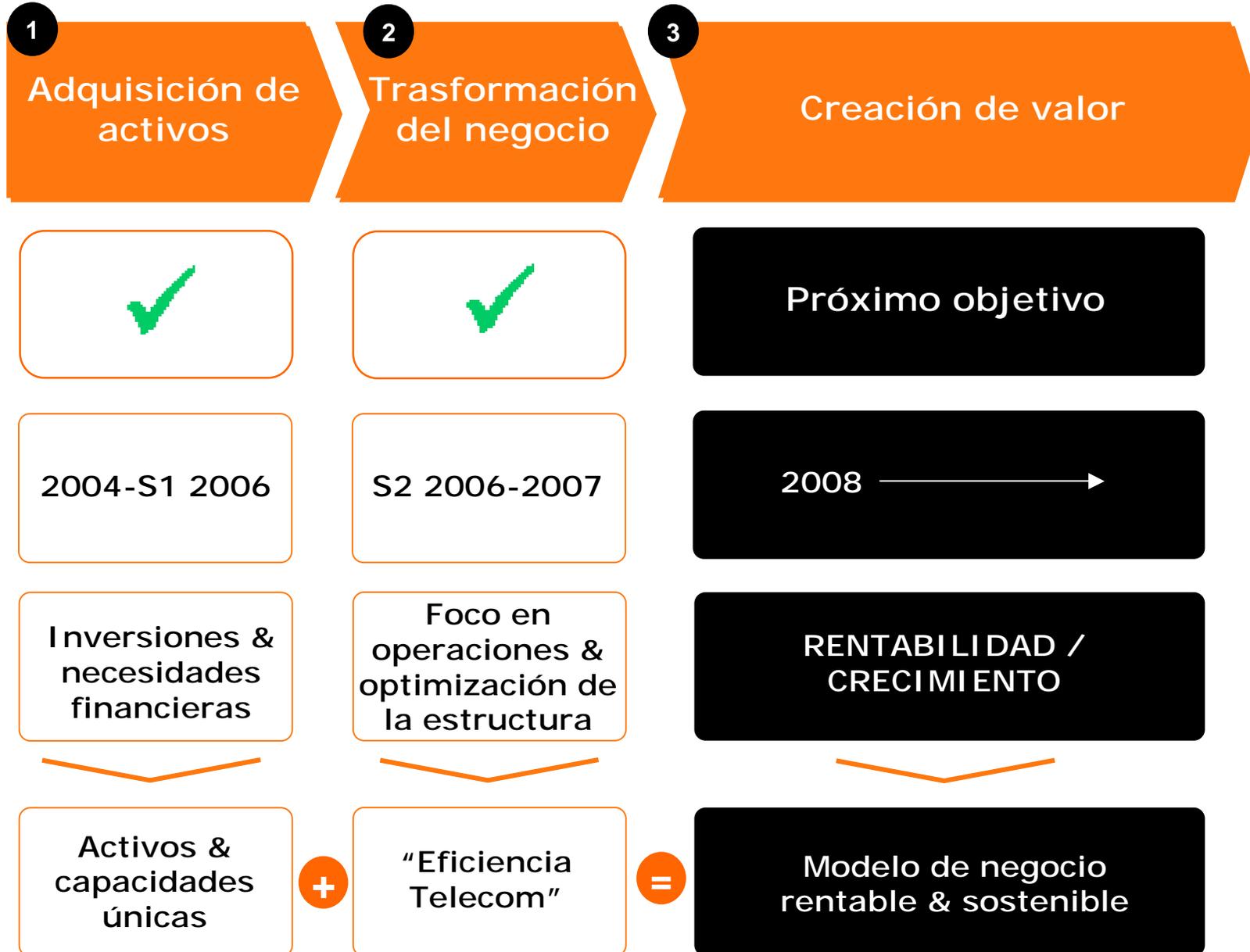
Resultados financieros

Ramón Quintero – Director Financiero



La estrategia de Jazztel se fundamenta en pilares sólidos y se ha diseñado para conseguir el éxito

JAZZTEL





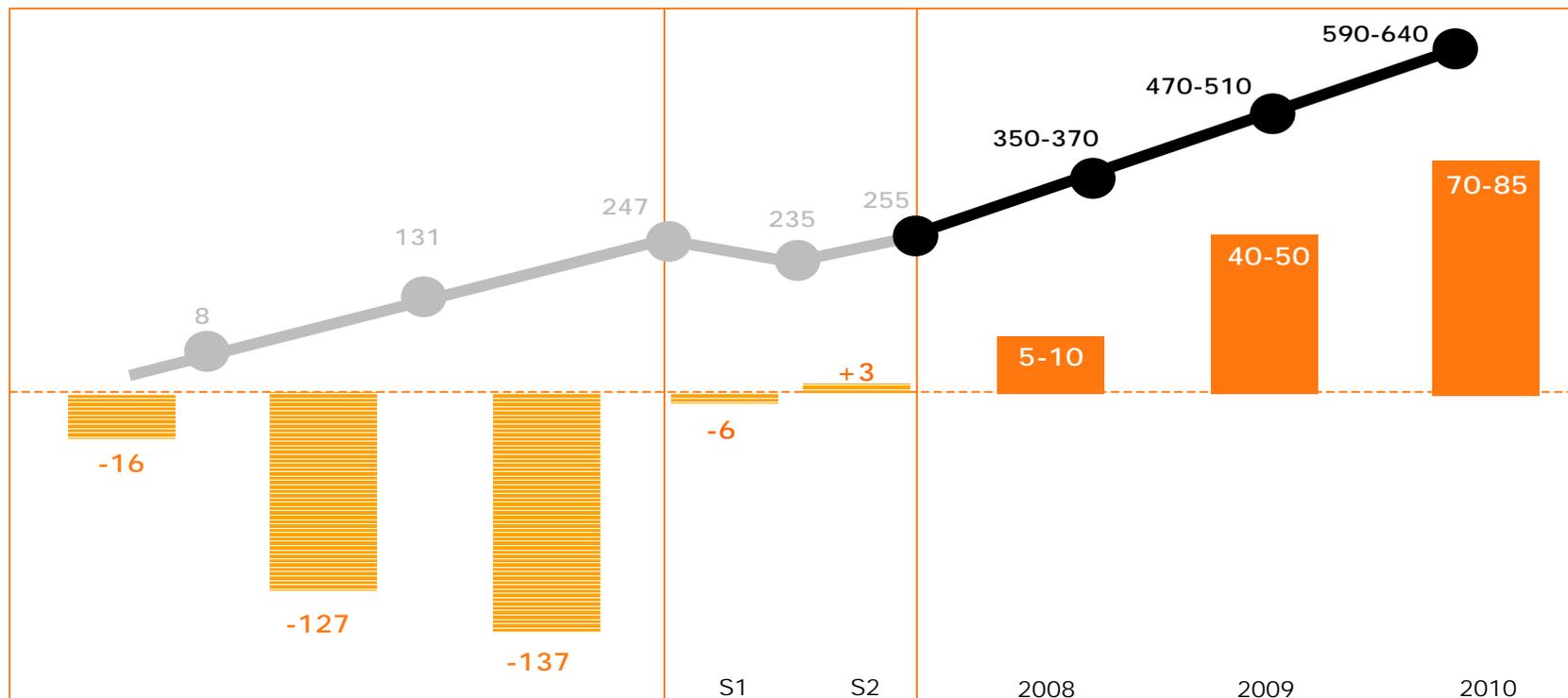
Los objetivos estratégicos para 2008-2010 combinan crecimiento y rentabilidad...

JAZZTEL

Clientes activos (000)



EBITDA (€ mm)



2004

2005

2006

2007

2008-2010

Adquisición de activos y relanzamiento de marca

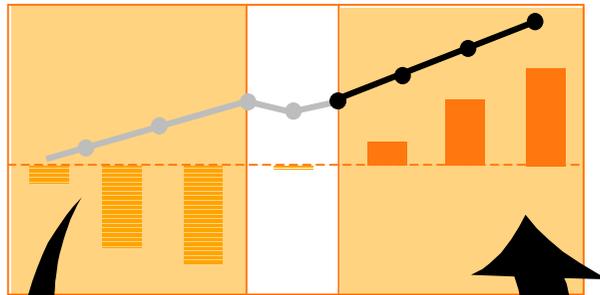
Enfoque en la eficiencia Teleco

Enfoque en el crecimiento rentable



...y se sustentan en unos activos y experiencia adquirida únicos...

JAZZTEL



Construcción de activos

Para asegurar el crecimiento

Activos asegurados:

- 1- Los apropiados para este mercado
- 2- Preparados para ubicar nuestro crecimiento esperado
- 3- Permiten diferenciarse, y competir bajo un modelo de negocio rentable

Construcción de activos

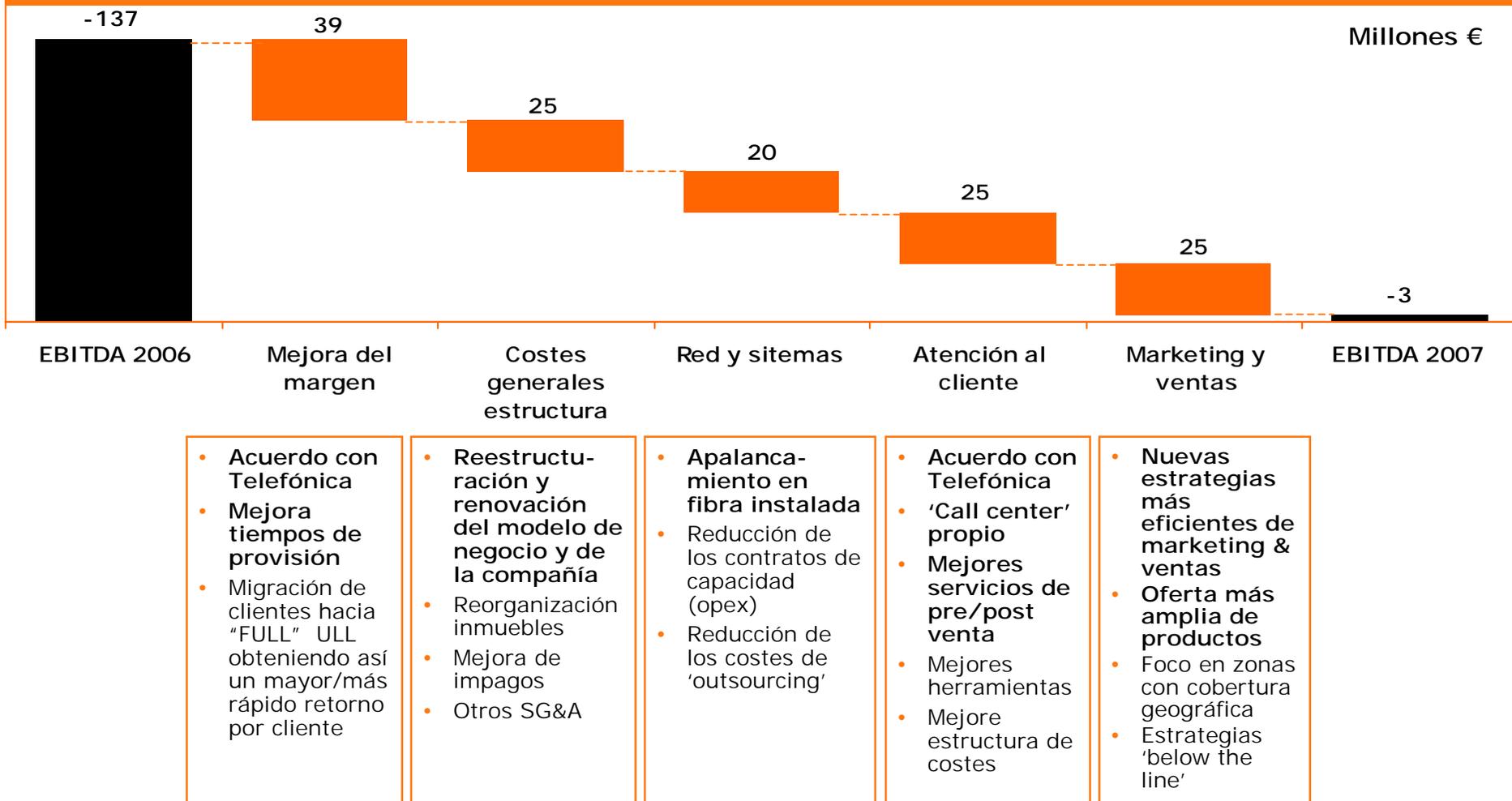
- Despliegue de centrales ULL: DSLAMs, puertos, cableado, ingeniería,..
- Red de fibra metropolitana
- Backbone a nivel nacional
- 'Call center' propio
- Sistemas y plataformas clave: CRM, centro de datos, Plataforma de TV
- Red internacional de interconexiones
- Relanzamiento de la marca
- Experiencia y conocimiento en la provisión de FULL ADSL y de servicios de factura única



...y en la credibilidad de los resultados de la transformación realizada al negocio...

JAZZTEL

Fuentes de creación de valor durante 2007



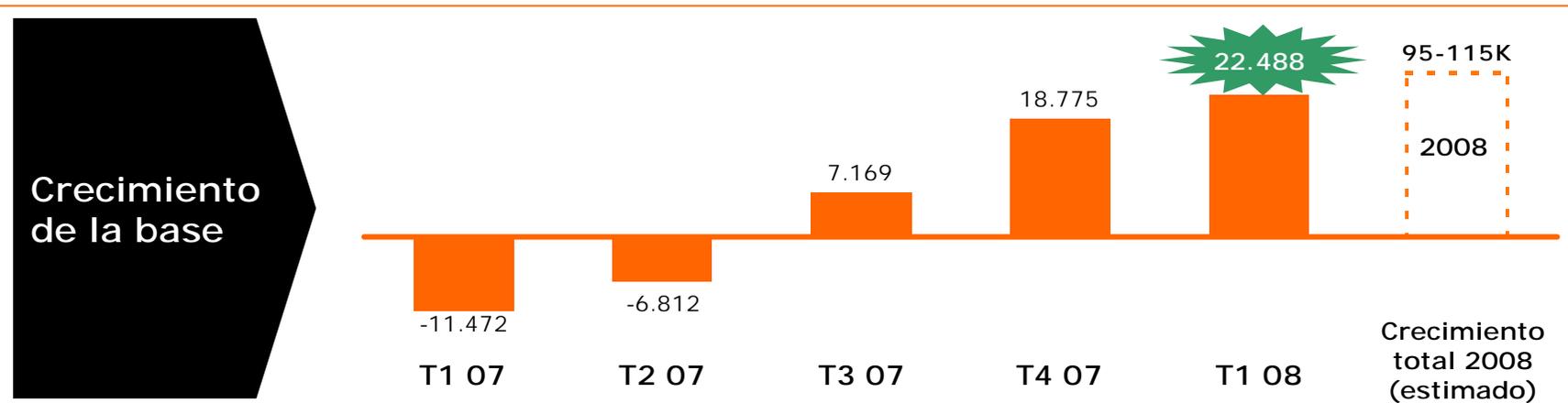
Jazztel ha logrado EBITDA > 0 en los tres últimos trimestres de 2007



...y en la continua mejora del negocio y fuerte crecimiento orgánico...

JAZZTEL

Crecimiento de la base de clientes contratados ADSL (visión trimestral)



Tendencia (KPIs)

	T1 06	T1 07	T2 07	T3 07	T4 07	T1 08	2008 EoY
FULL ULL (% base)	45%	72%	76%	77%	79%	81%	85%
Tiempo de provisión (días/línea)	>50	29,8	25,4	22,9	23,8	20	18



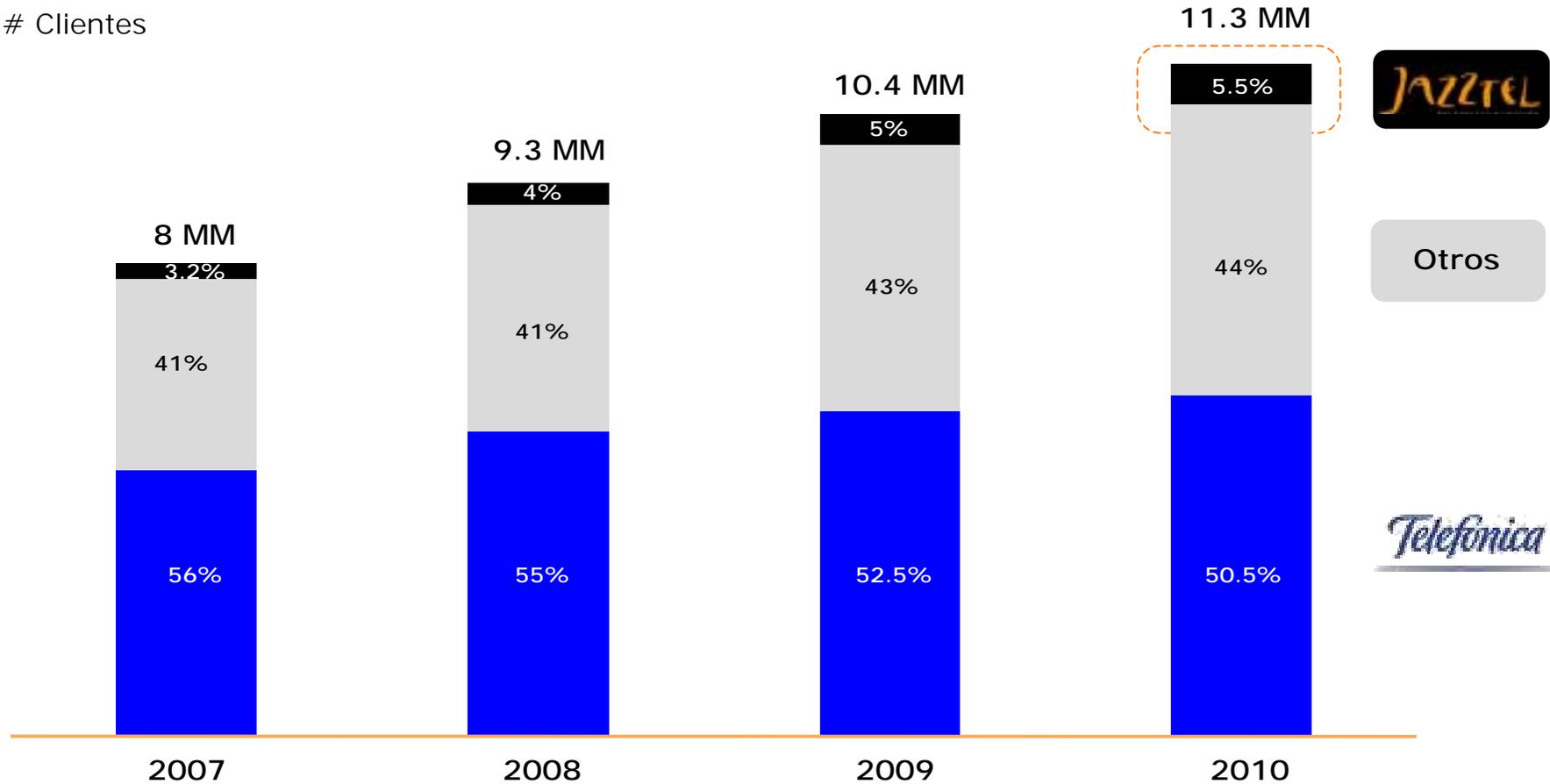
Jazztel confirma su tendencia de crecimiento de su base con una ganancia de 22.488 clientes durante el primer trimestre de 2008



Jazztel tiene una clara estrategia para crecer orgánicamente en cuota de mercado de un 3,2% a un 5,5% (2010)

Previsiones de Jazztel: mercado español de banda ancha

Clientes





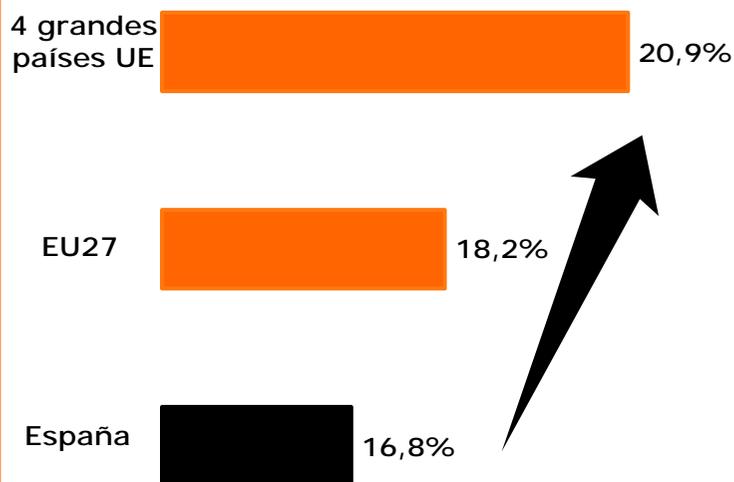
El mercado español está retrasado con respecto a Europa, pero se espera que se ponga a su altura en los próximos 3 años

España está retrasada con respecto a Europa en banda ancha

La regulación está mejorando para los operadores de ADSL-ULL

Penetración de banda ancha (%)

Líneas por 100 habitantes



Fuente: 'Broadband access in the EU: situation at 1 July 2007', Comisión Europea (Octubre 2007)

Expectativas de mejoras de la calidad

- Con una nueva Resolución, la CMT ha establecido su compromiso de mejorar la calidad de los productos mayoristas.
- La nueva OBA que se desarrollará durante el 2008 reforzará este compromiso orientado a mejorar el actual marco competitivo

Expectativas de mejoras en la provisión

- Por una resolución, la CMT acaba reforzar el principio que obliga a Telefónica a ofertar a los altnets las mismas condiciones que a ella misma.
- Esto mejorará, entre otras cosas, los tiempos de provisión

Expectativas de mejoras de los precios

- La nueva regulación de acceso indirecto (OIBA) reduce los precios mayoristas...
- ..estableciendo el contexto adecuado para una rebaja de precios en la próxima reforma de la OBA.

(1) OBA: regulación y oferta referente a la desagregación del bucle del abonado



El marco regulatorio está mejorando, con lo que aumentará la competitividad y se acelerará la penetración de banda ancha

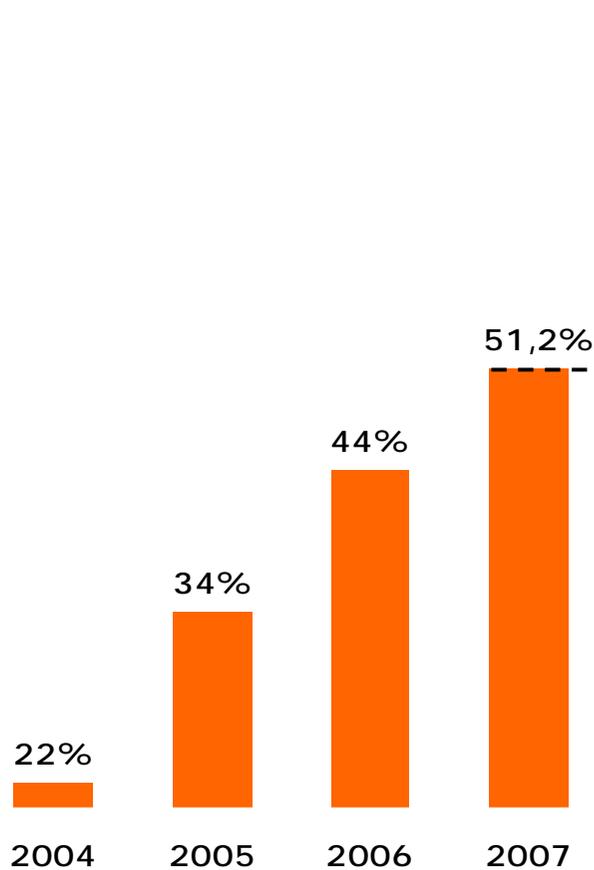


Como resultado, la penetración de banda ancha aumentará hasta casi el 70% de los hogares en 2010

JAZZTEL

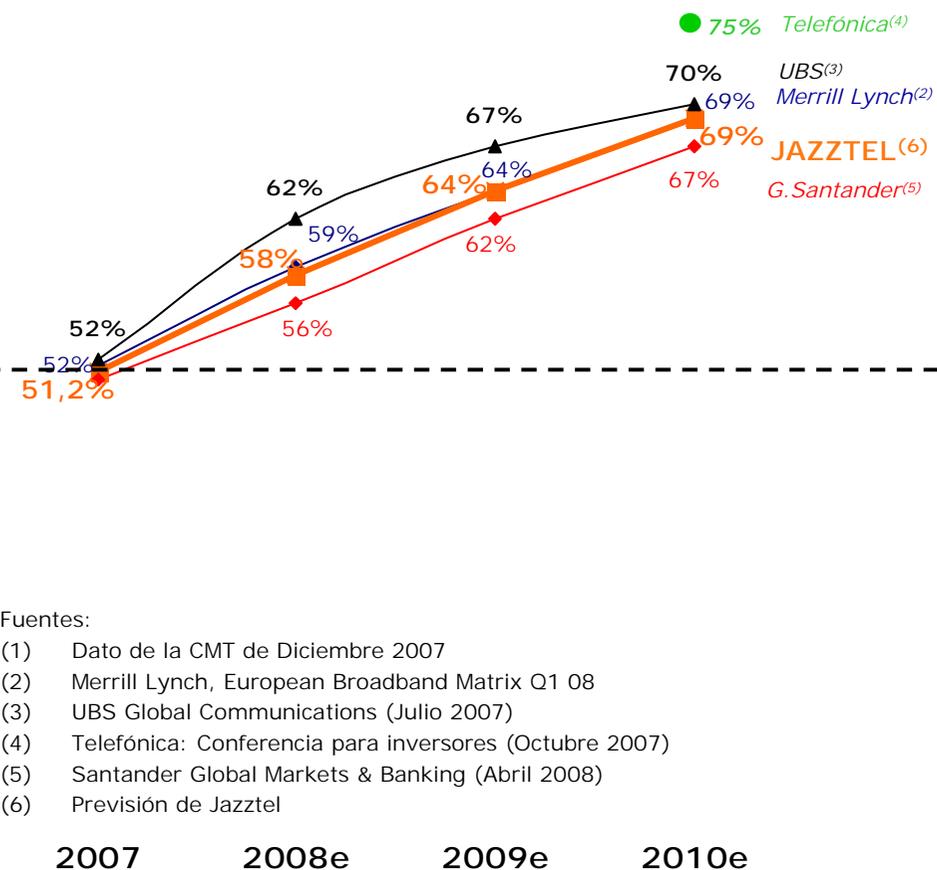
Penetración de banda ancha⁽¹⁾

% Hogares



Previsiones

% Hogares



Fuentes:

- (1) Dato de la CMT de Diciembre 2007
- (2) Merrill Lynch, European Broadband Matrix Q1 08
- (3) UBS Global Communications (Julio 2007)
- (4) Telefónica: Conferencia para inversores (Octubre 2007)
- (5) Santander Global Markets & Banking (Abril 2008)
- (6) Previsión de Jazztel



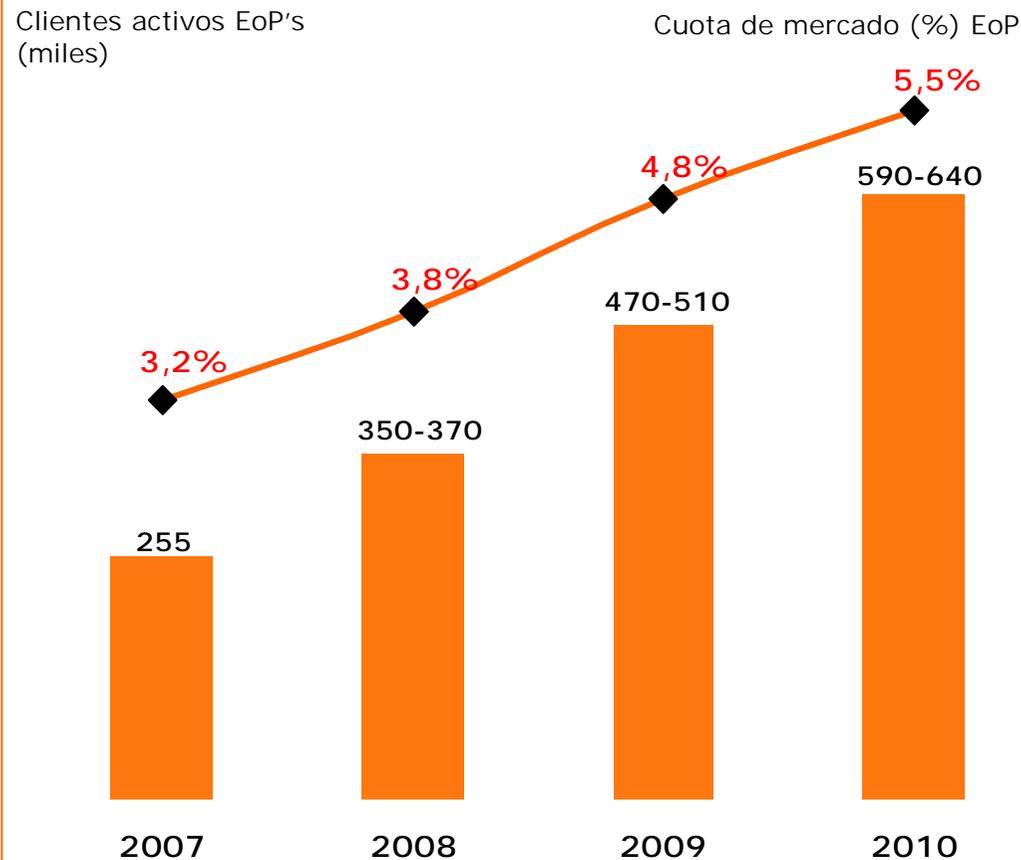
Las expectativas de Jazztel para el crecimiento de mercado están alineadas con el consenso del mercado



Jazztel seguirá creciendo orgánicamente en base a su producto principal, FULL ADSL

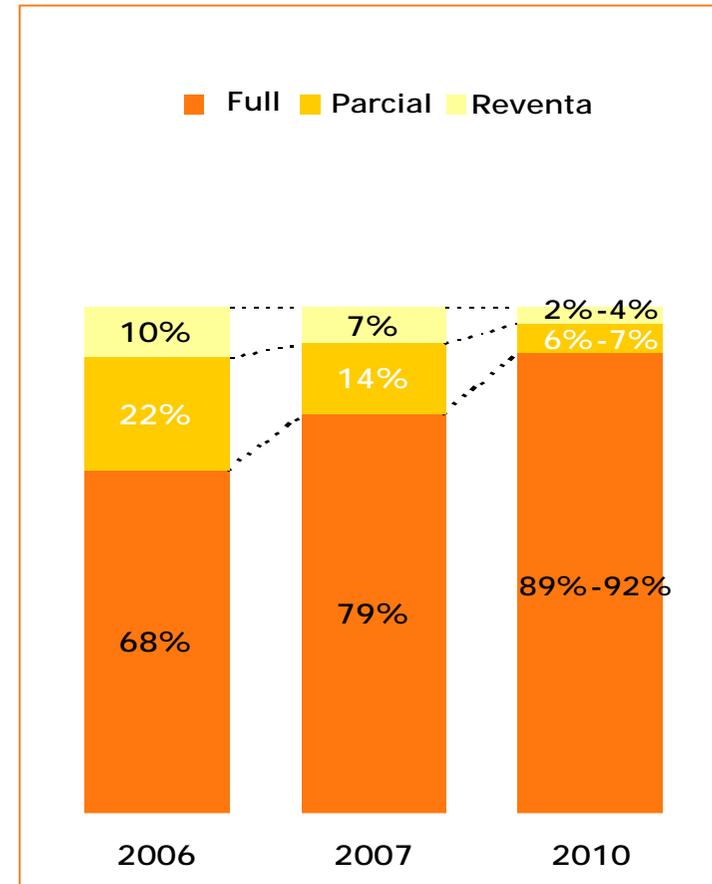


ADSLs de Jazztel y su cuota de mercado



EOP: al final de cada periodo

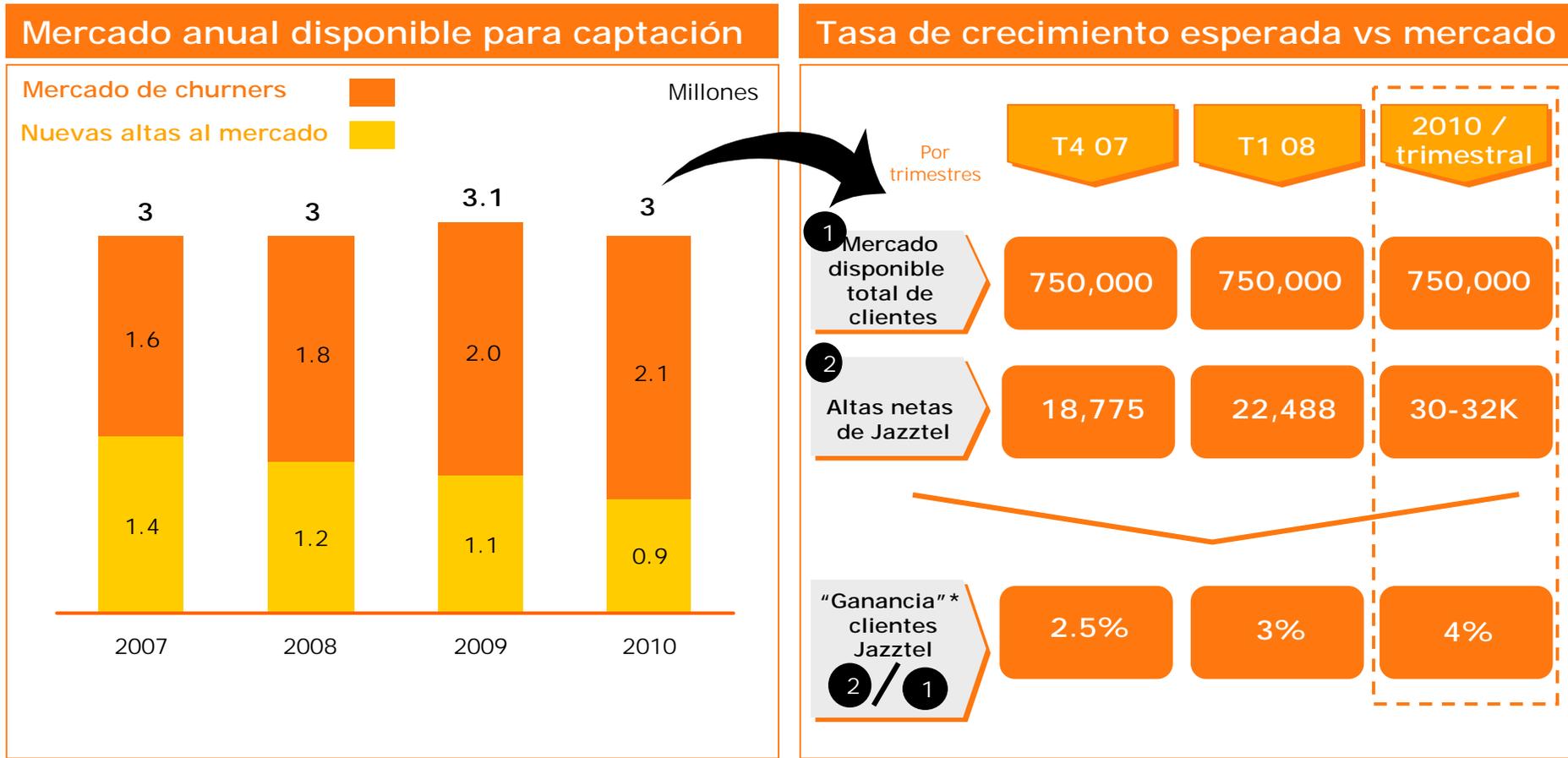
Migración del mix de clientes



Jazztel casi doblará su cuota de mercado y más del 90% de sus clientes serán FULL ADSL



La tendencia actual del mercado de altas favorece la estrategia de captación de Jazztel



Nota: churn mercado asumido: 22% en 2007, 21% en 2008, y 20% para 2009-2010

*"Ganancia" mercado: (incremento en la base de Jazztel en el trimestre)/ (clientes disponibles en el mercado en mismo trimestre)



Actualmente, el origen de los clientes de Jazztel es:

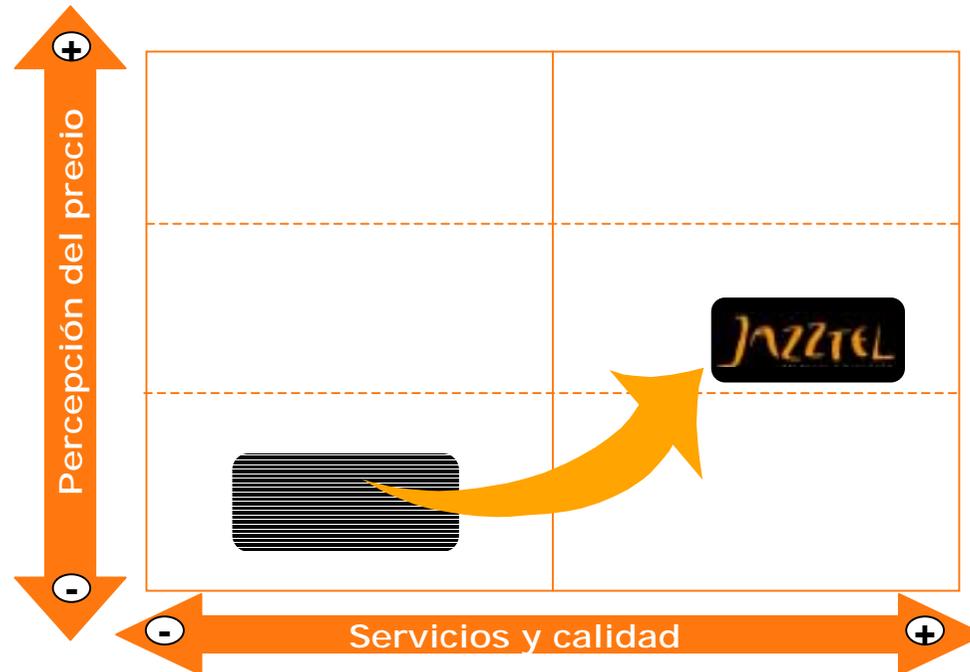
- 65% proveniente de otros operadores (churners)...
- ...y 35% de altas nuevas al mercado



Nuestro posicionamiento y propuesta de valor impulsarán nuestro crecimiento...

JAZZTEL

Mejorando el posicionamiento de nuestro producto...



...en un país en el que la prioridad para los clientes es calidad & servicio

- Hemos logrado un nivel de provisión único
- Nuestro 'call center' internalizado está dando un altísimo nivel de servicio
- Nuestra estrategia de marketing "targeteado" y alta cobertura permite enfocarnos en FULL ADSL
- Tenemos un amplio abanico de productos permitiéndonos cubrir distintas necesidades de clientes



El mercado español no está listo aún para FTTx...

Modelo actual ULL

Nuevo modelo FTTx

Regulación



- Regulado bajo la OBA
- La CMT ha comunicado su compromiso a mantener y mejorar la actual regulación (OBA)



- Vacío legal y regulatorio
 - La regulación tardará algunos años en estar perfectamente definida y ratificada (CMT)

Demanda del mercado



- Satisface las necesidades actuales de los clientes:
 - Velocidad de conexión
 - Precio



- Los servicios que necesitan grandes anchos de banda no están desarrollados todavía
 - Solo el 6% de las conexiones son de más de 10Mbps (CMT T4 07)
 - La penetración de la TV de pago es de las más bajas de la EU15
 - Contenido "alta definición" muy retrasado

Caso de negocio / Rentabilidad



- Rentabilidad y competitividad demostradas
 - Especialmente modelo FULL ADSL



- La penetración de FTTx en Europa es todavía muy baja:
 - Solo en los países escandinavos la penetración de FTTx es mayor del 3% (3%-6%) de todas las conexiones de banda ancha (Fuente: 'Fibre to home council', Julio 07)
- No existe un modelo negocio rentable

"... pero, hasta ahora, no se ha identificado una demanda masiva dispuesta a pagar por una conexión de alta velocidad y alternativas como las plataformas HDTV son más eficientes en costes",

Dr Elspeth MacFadyen, Programme Director BT Group CTO – Marzo 2007

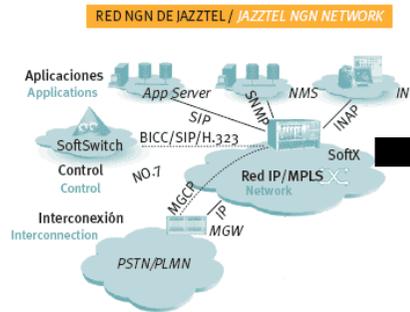


...y en cualquier caso, Jazztel está bien posicionado para sacar ventaja de la evolución futura a FTTx.



Jazztel es el operador de ULL más grande del mercado español

1. Redes NGN - IP



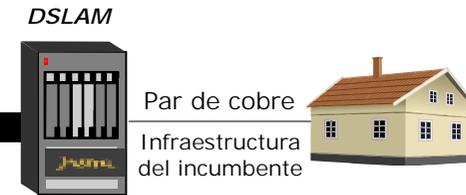
- Una única plataforma para soportar una amplia gama de aplicaciones
- Gestión de la red NGN, operaciones, y mantenimiento

2. Red de fibra metropolitana



- >4.300 km de red de fibra metropolitana en las ciudades españolas más importantes
- >250,000 edificios se encuentran a menos de 100m de la red de fibra de Jazztel

3. Red de acceso



- El mayor despliegue de centrales desagregadas (530, de las cuales 451 están conectadas con fibra)
- Más de 3 años de experiencia en desagregación de FULL ULL y procesado de factura única



La red NGN IP troncal de Jazztel, junto con la red metropolitana de fibra permitirá a Jazztel hacer despliegues selectivos de FTTx minimizando sus inversiones



Mientras, Jazztel seguirá explotando su principal negocio, **JAZZTEL ADSL FULL**, y desarrollando su estrategia convergente...

ADSL, voz, móvil y TV en una 'Única Factura'

Concepto "Cesta telecom"

Tipo de Servicio	Código	Categoría	Descripción y Características	Estado
Telefonía	010000	ADSL FULL	ADSL FULL	ACTIVO
Televisión	020000	TV FULL	TV FULL	ACTIVO

Apalancamiento en la base de Jazztel para ofertar una "cesta de telecomunicaciones" completa

Adquisición y retención de clientes en base a una propuesta convergente de "calidad a buen precio"

Garantizar la competitividad en el largo plazo

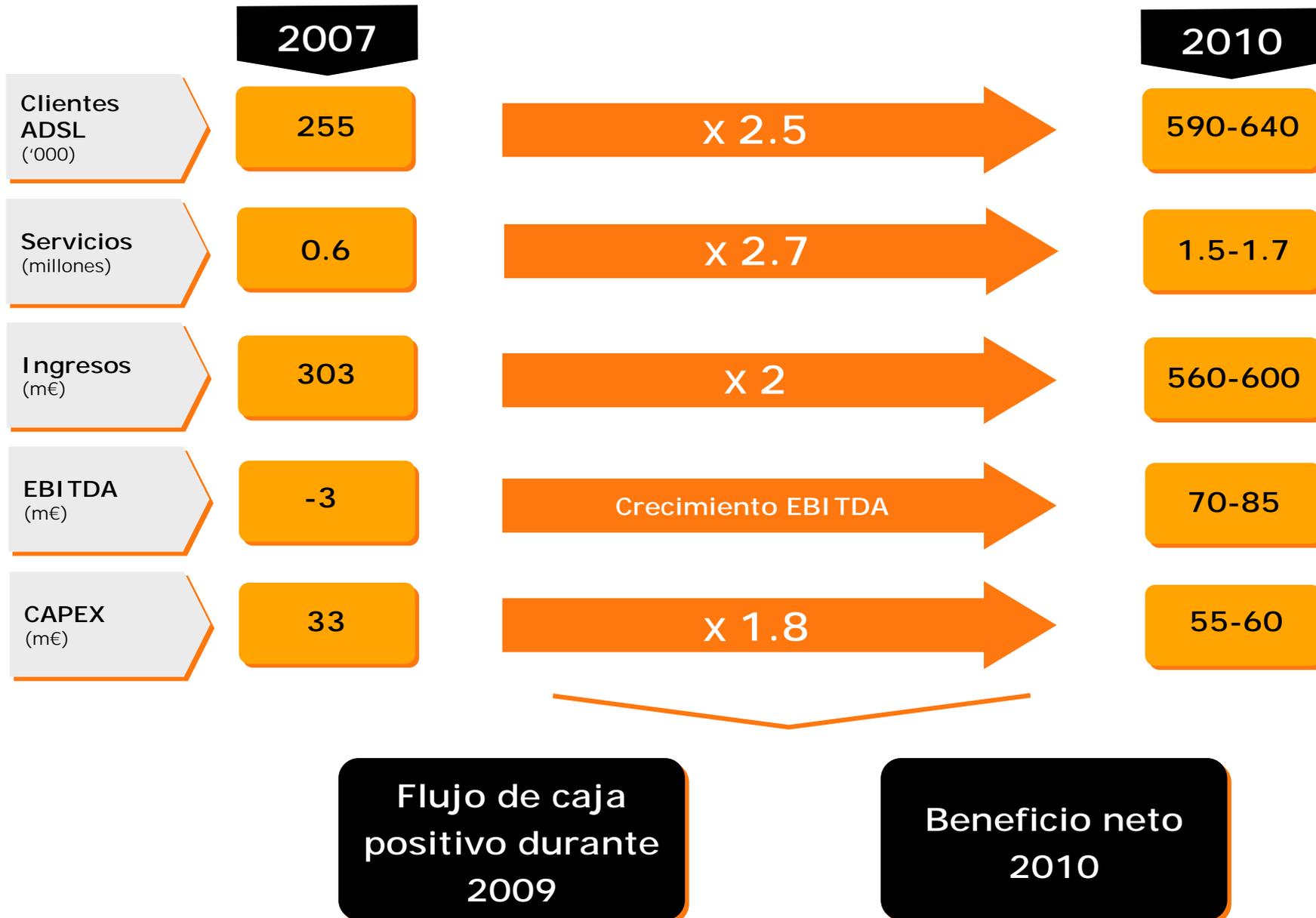


Jazztel lanzará y ofertará servicios móviles bajo su producto de factura única en Junio 08



...para ofrecer crecimiento y rentabilidad

JAZZTEL



II- Estrategia de implementación para lograr el crecimiento

Luis del Pozo

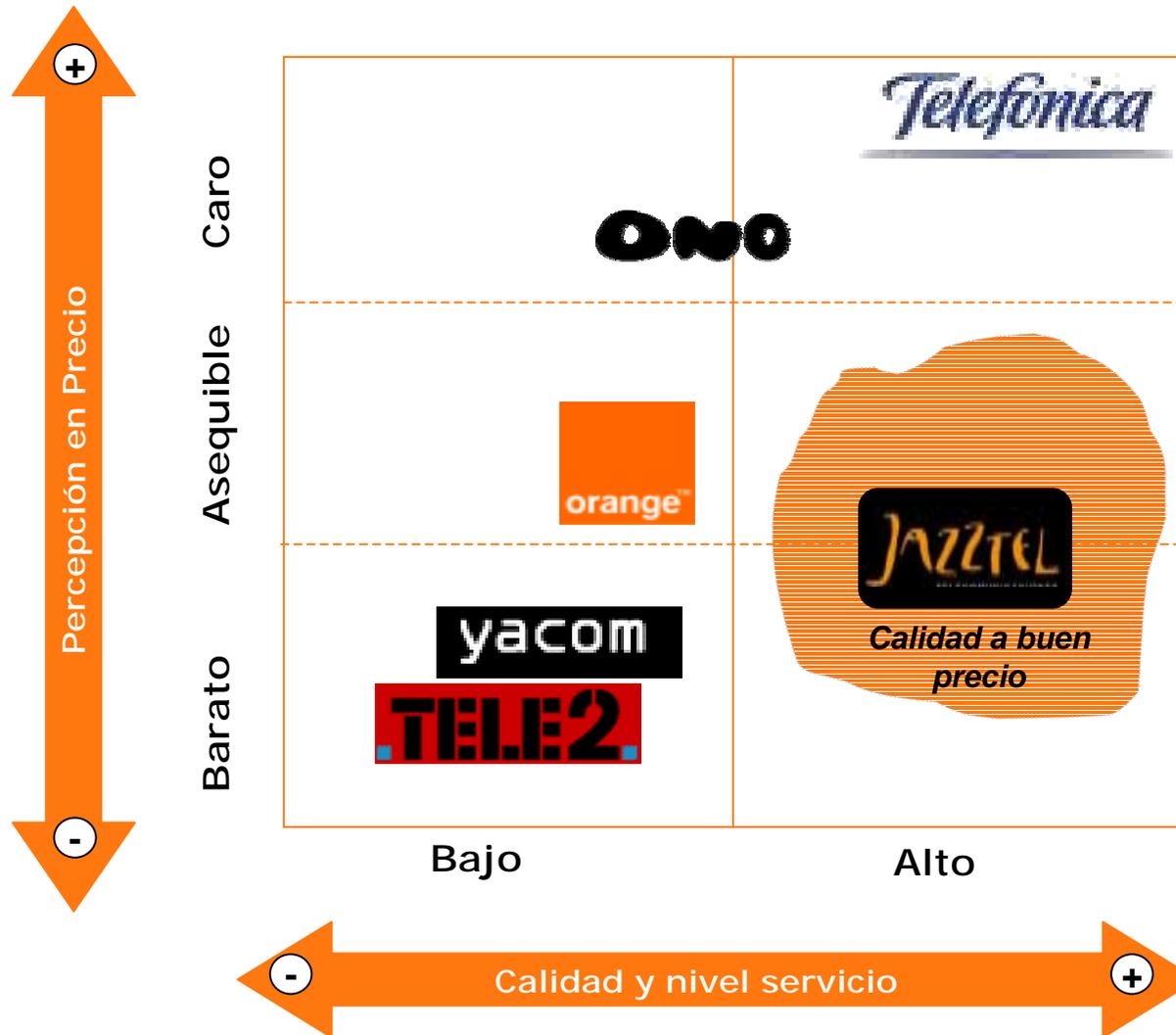
JAZZTEL Director de la Unidad Residencial

JAZZTEL



Estamos comprometidos a alcanzar el mejor producto-servicio relación calidad/precio del mercado

JAZZTEL





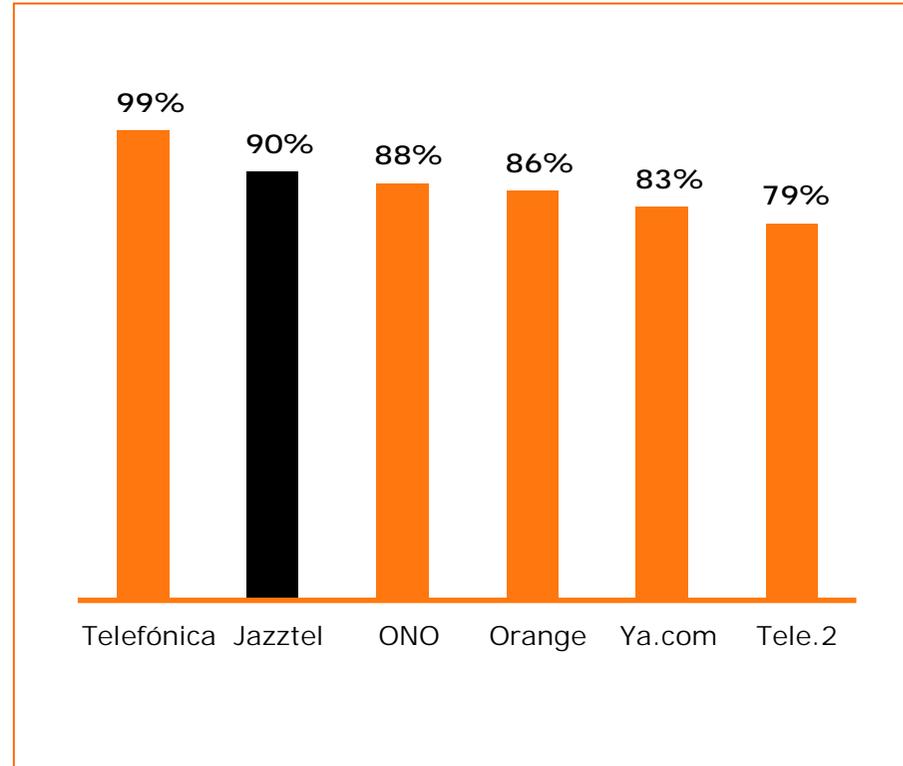
Nuestra estrategia comercial se apoya en el gran reconocimiento de la marca Jazztel

JAZZTEL

Posicionamiento de la marca



Reconocimiento de marca (espontáneo y sugerido)



Fuente: Junio 2007 seguimiento de marcas - Análisis e investigación



Los atributos de la marca Jazztel son fácilmente reconocidos por los usuarios. Jazztel disfruta de un alto reconocimiento de marca en el mercado de banda ancha español



Tenemos un abanico de iniciativas para lograr una experiencia excelente durante la vida de nuestros clientes

JAZZTEL

Ciclo de vida del cliente

Venta

Uso del producto

Baja

Convergencia

1

Distribución

3

Fiabilidad & calidad durante el uso

5

Resolución eficiente de los problemas cuando ocurren

7

OMV

2

Rápida y exitosa provisión del servicio

4

Buena velocidad de conexión

6

Aumento de valor para reducir el churn

8

Oferta convergente

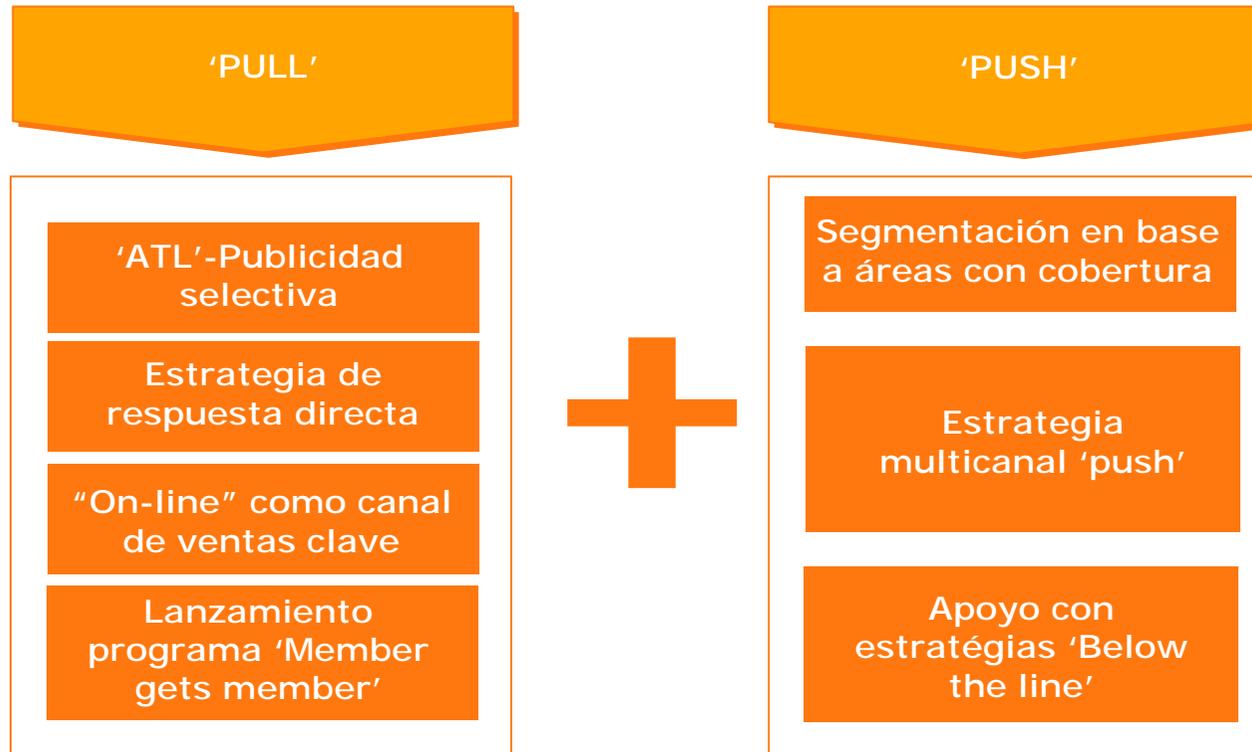


Jazztel se está enfocando en dos iniciativas: mejorar el ciclo de vida del cliente y en la convergencia fijo-móvil



1 Hemos reenforcado nuestra estrategia comercial, incrementando nuestra base de clientes a un menor coste

Estrategia de Jazztel: equilibrio entre 'pull' y 'push'



Uso eficiente de los recursos de marketing y de los canales de venta

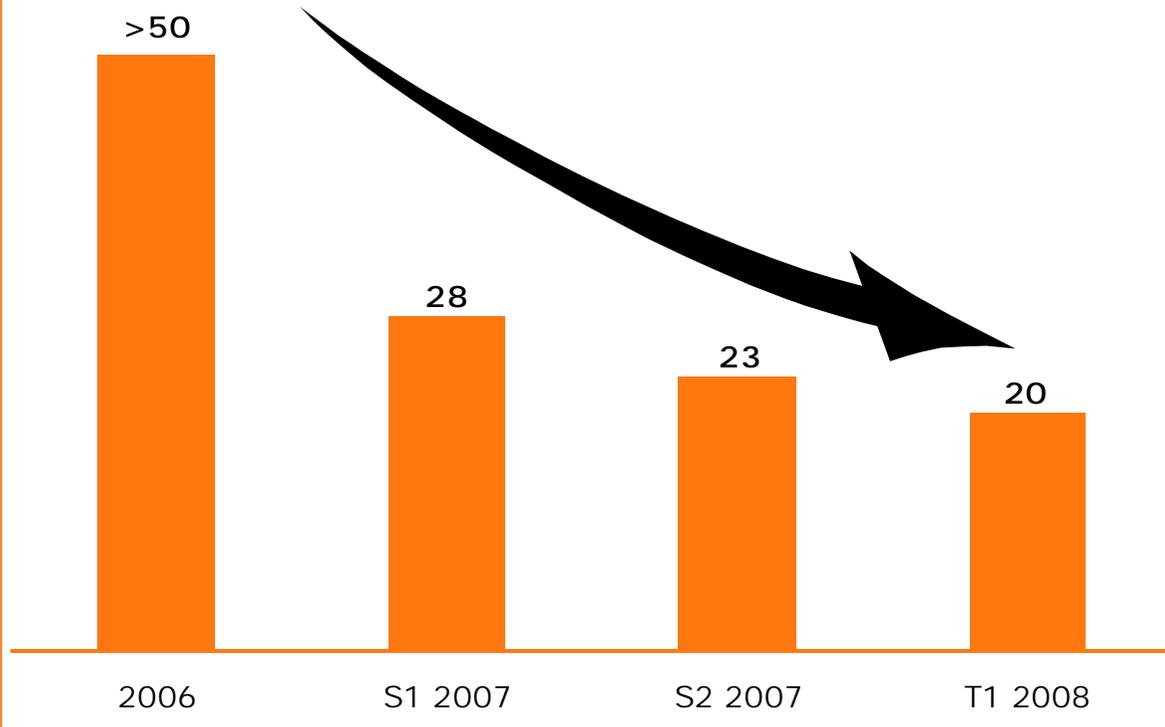


2 Ofrecemos el mejor nivel de provisión

JAZZTEL

Mejora del proceso de provisión de Jazztel

Tiempo medio de provisión (días/línea ADSL)



*Informes internos de Jazztel



Jazztel confía de tal forma en su proceso de provisión que:

el cliente recibe 1€ por día que el tiempo de provisión exceda de 35 días

ANUNCIAMOS la reducción de este compromiso a 30 días!! ✓



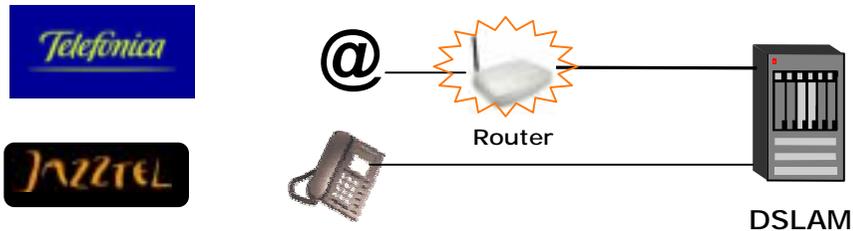
La experiencia de Jazztel en el proceso de provisión del producto FULL ULL no ha sido aun igualado por el resto de competidores. El tiempo de provisión se ha reducido, incluso durante un periodo de crecimiento como ha sido el trimestre actual.



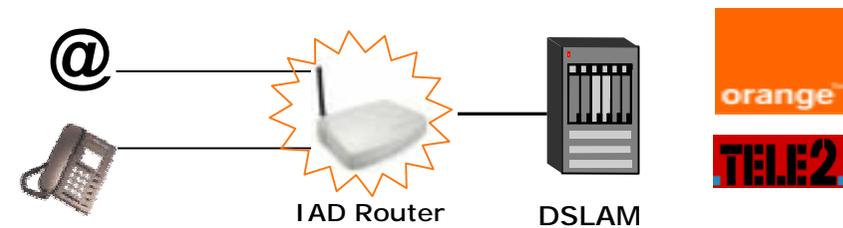
3 Nuestra oferta se basa en la tecnología que proporciona la mejor calidad del servicio de voz...

JAZZTEL

Solución 'Premium' de voz



Solución de voz VoIP-ULL

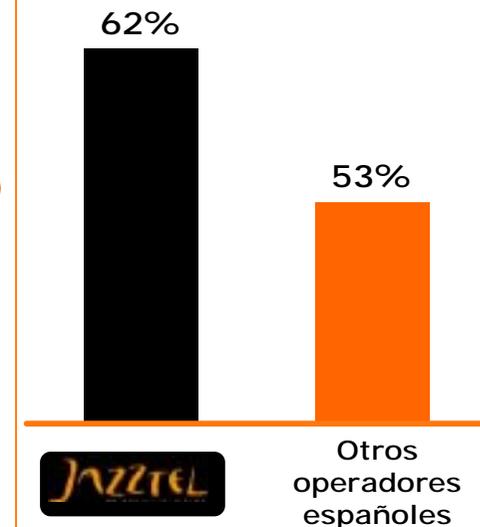


Perspectiva del cliente: Desventajas de las soluciones de Orange y Vodafone

- Peor calidad de la voz
- Pérdida del servicio si hay problemas en: Internet, en el CPE, corte eléctrico
- Limitaciones para conectar varios teléfonos y faxes
- Incompatibilidades con otros servicios como alarmas, sistemas de pago, etc.

Satisfacción clientes con servicio de voz

% de clientes satisfechos o muy satisfechos con la calidad de sus servicios de voz



Fuente: Execution Research (2007);
Análisis de Jazztel



4

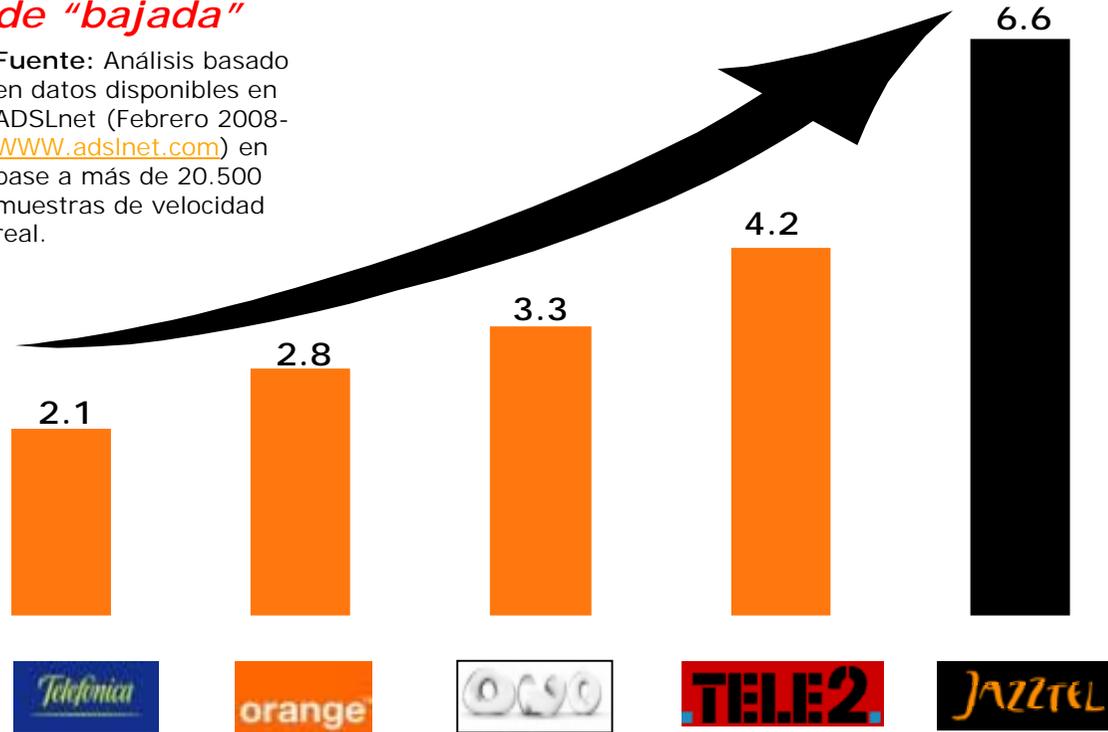
...y de la conexión más rápida a Internet...



Velocidad media de descarga en mercado español (Mbps) ⁽¹⁾

Test real de velocidad de "bajada"

Fuente: Análisis basado en datos disponibles en ADSLnet (Febrero 2008-www.adslnet.com) en base a más de 20.500 muestras de velocidad real.



Zoom en 20 Mbps

TEST DE VELOCIDAD REAL	Bajada (Mbps)	Subida (Mbps)
Jazztel	9.3	0.7
Telefónica	8.5	0.6
Ya.com	7.4	0.6
Orange	7	0.6
Tele2	6.2	0.4

Fuente: adslzone.net, adslnet.es, basado en 1.2 Millones tests. http://www.adslzone.net/El estudio_de_velocidad_2007.html



Los clientes de Jazztel disfrutan de la conexión más rápida. Nuestro cliente medio descarga tres veces más rápido que uno del incumbente

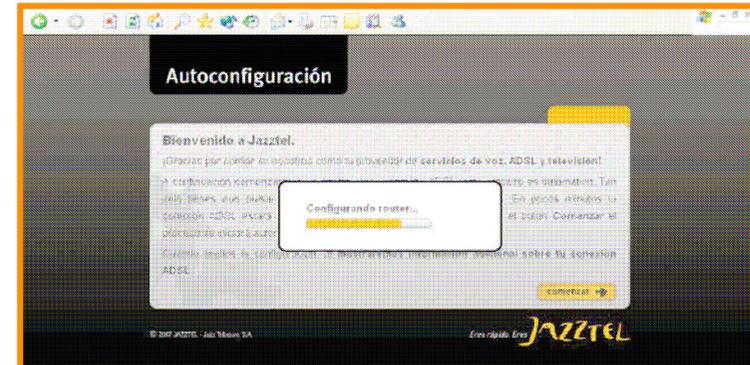
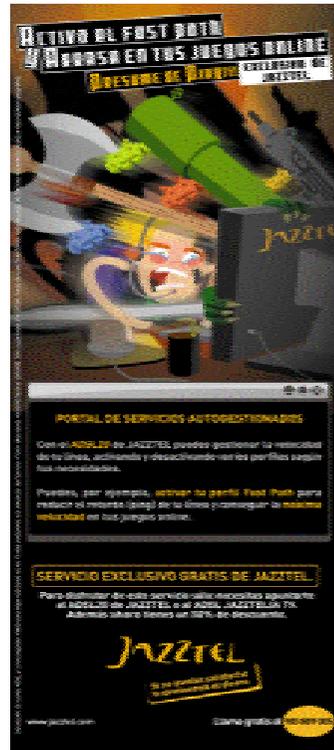
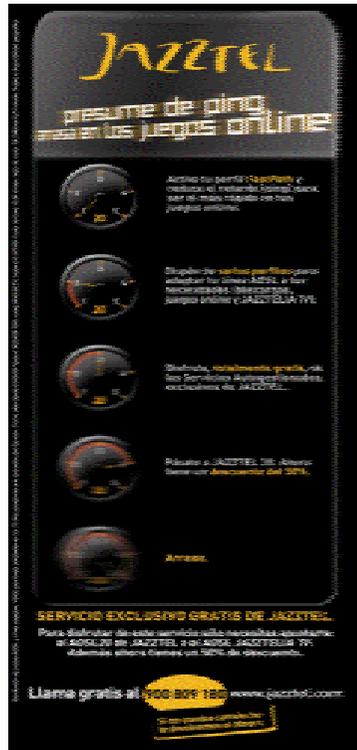


4 ...con los servicios más innovadores del mercado para todo tipo de clientes

Servicios innovadores en España

Los clientes pueden personalizar la configuración de sus servicios de ADSL: 'Portal autogestionado'

Capacidad de instalación automática del servicio ADSL/WiFi sin ninguna manipulación/configuración: 'Zero touch'



Jazztel es el primer operador español que cubre la demanda de los usuarios más sofisticados...



... y también es pionero en la reducción de las barreras de entrada para los usuarios reticentes a las nuevas tecnologías



4

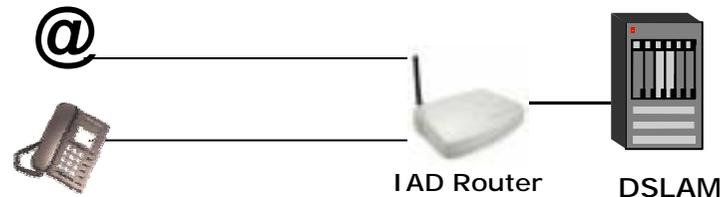
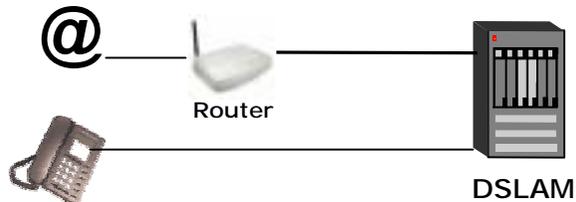
... bajo la oferta más competitiva de nuestro mercado...



Solución de voz 'Premium'

VS

Solución VoIP-ULL



Oferta 2P



Productos incomparables



Velocidad media

3 Mbps
53.87€

3 Mbps
35.40€

+52%



3 Mbps
29.95€

3 Mbps
32.90€

Velocidad alta

10 Mbps
58.87€

20 Mbps
43.40€

+36%



20 Mbps
34.95€ ⁽¹⁾

20 Mbps
39.90€

(1) Acceso básico a TV

Telefónica, un 36% más caro a la mitad de velocidad



5 ... y todo ello apoyado por un servicio propio y profesional de atención al cliente

JAZZTEL

Filial de atención al cliente: Jazzplat



- La migración del servicio comenzó a mediados de 2006 y ya ha finalizado
- Jazzplat ocupa unos 5.100 m², y cuenta con más de 1.000 empleados (ventas, atención al cliente, soporte técnico, retención,...)



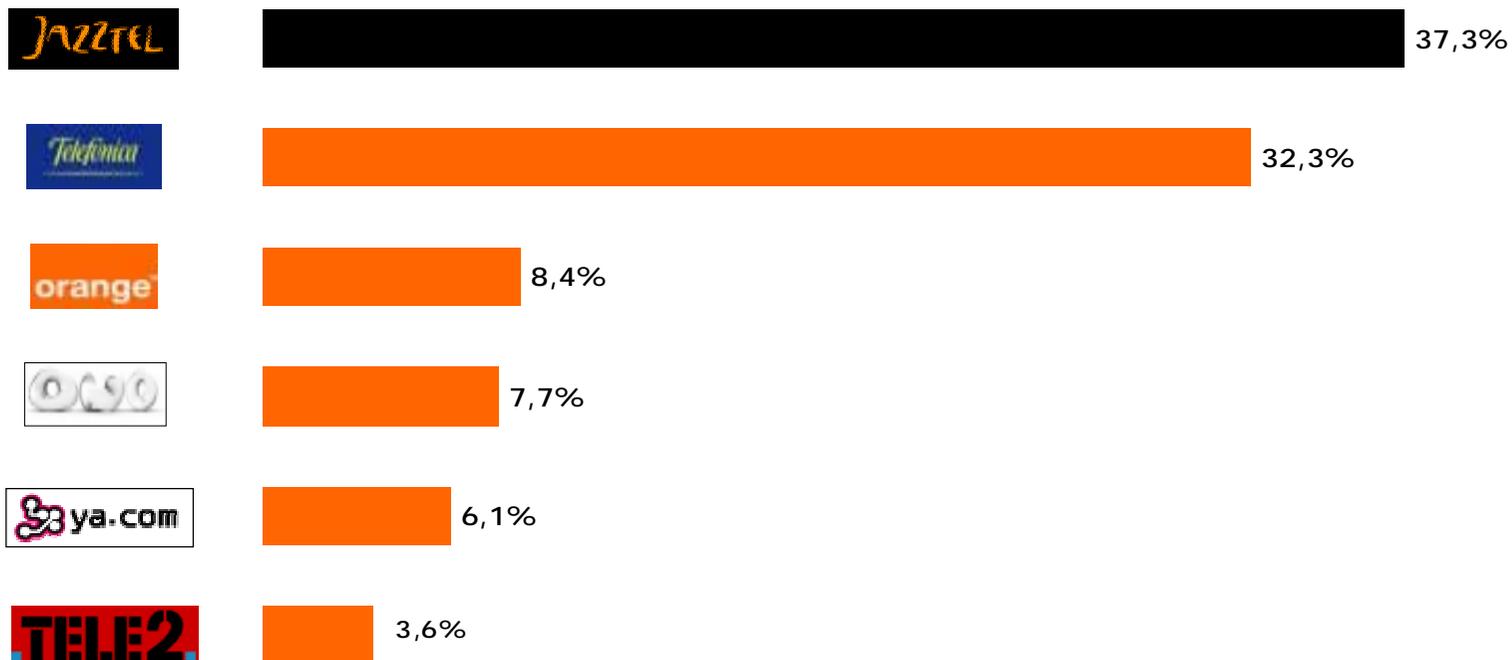
- El único operador alternativo español con 'call center' propio
- Plataforma dinámica y flexible
- Atención al cliente integrado, con todos los servicios "bajo el mismo techo"
- Formación y supervisión en el propio escenario de trabajo
- **Excelencia – servicio de máxima calidad** (alta satisfacción de clientes, bajo tiempo de respuesta, alta tasa de resolución)



Los usuarios más exigentes reconocen el valor de nuestro producto

JAZZTEL

“¿Qué operador valoras más en 2008?”



Fuente: adsizone.net

<http://www.adsizone.net/article1952-jazztel-es-el-operador-mas-valorado-en-2008-por-los-internautas.html>

(1) Número de votos: >5.000, Abril 08



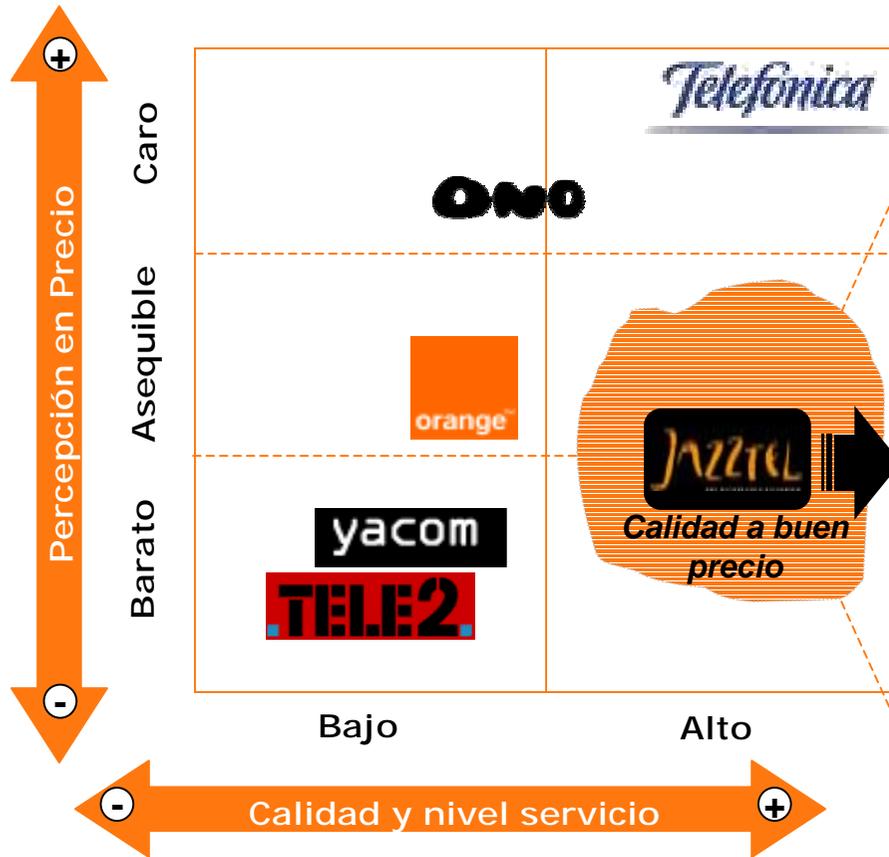
Los usuarios más avanzados aprecian nuestra oferta de productos y servicios post-venta, considerando a Jazztel como el número uno.





Y nuestros propios usuarios están muy satisfechos con la relación calidad-precio que les ofrecemos

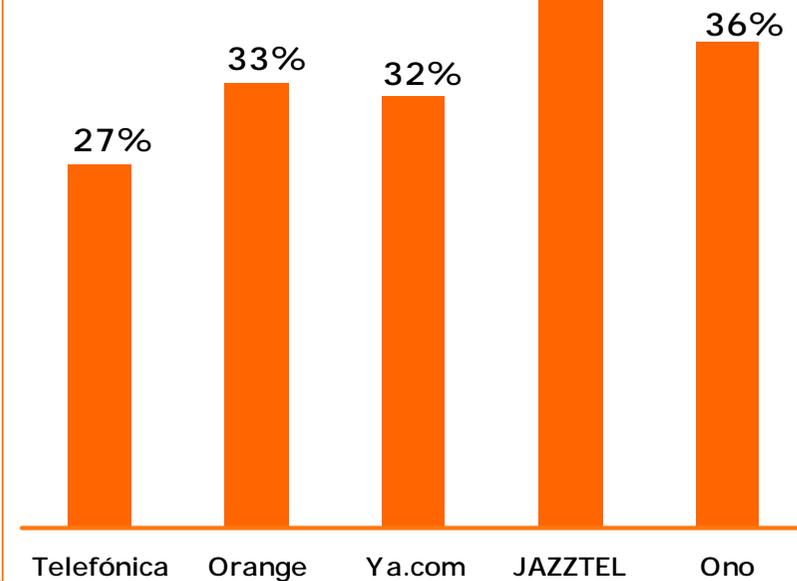
JAZZTEL



Calidad óptima a un precio razonable:
'La elección inteligente'

"Mi operador me ofrece la mejor combinación calidad/precio para lo que yo necesito"

% encuestados que la selecciona como la razón para permanecer en su operador

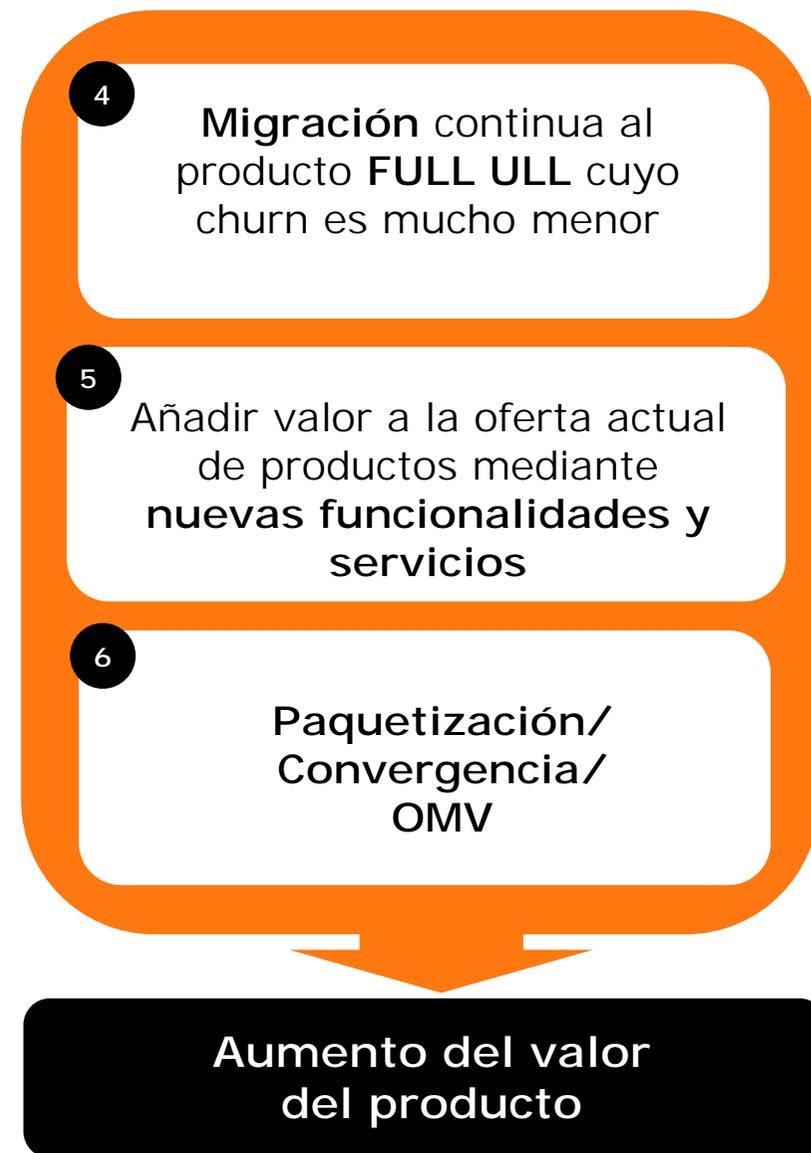
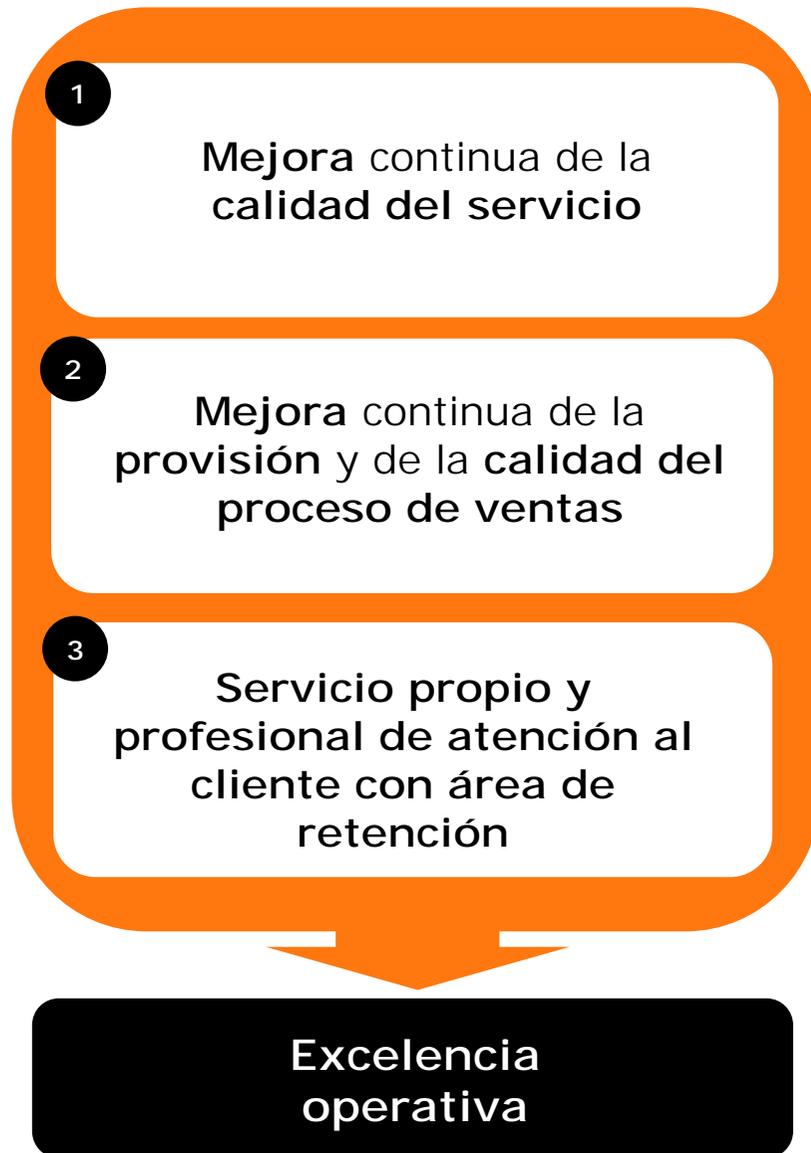


Fuente: Execution Limited Research. 2.000 entrevistas llevadas a cabo en España en Julio de 2007



6 El valor añadido y la excelencia operativa reducirán el churn

Iniciativas de Jazztel encaminadas a la reducción del churn





7 El oferta móvil paquetizada aumentará la lealtad de los clientes y contribuirá a la reducción del churn

JAZZTEL

Visión del móvil como un complemento, no como un negocio en sí mismo

Concepto de "factura única" para los clientes de Jazztel

Factores claves de éxito para el lanzamiento del OMV de Jazztel

- Mejora del churn en los clientes de banda ancha
 - El móvil como una herramienta de retención ya que cuenta con elementos fidelizadores altamente valorados por los clientes
- El móvil como un elemento clave para fortalecer la oferta de adquisición de Jazztel
- Pero además, existe creación de valor adicional en los márgenes/negocio del móvil

-
- Proveedor único de servicios de telecomunicaciones, creando así valor para nuestros clientes
 - Precio muy competitivo para una oferta completa de servicios de telecom...
 - ...con especial atención a la banda ancha inalámbrica de datos

-
- Sinergias operativas y de comercialización
 - Apalancamiento en la base, en la experiencia telecom, en los RRHH y en una fuerte marca en telecomunicaciones
 - La inversión requerida para Jazztel es mínima
 - Capacidad de ofrecer una oferta potente, paquetizada e innovadora



7 ...con el modelo de negocio óptimo para Jazztel

JAZZTEL



- Ventajas de un "modelo Full", pero sin incurrir en una importante inversión inicial
 - Modelo de inversión variabilizada ("por cliente")
- El fuerte conocimiento de KPN en movilidad asegura el correcto funcionamiento operativo que permitirá a Jazztel centrarse en el marketing y su negocio principal.
- Aunque la principal misión del proyecto móvil es crear valor para el negocio fijo de banda ancha (mejora del churn, mejora oferta de adquisición), el negocio cuenta con un buen margen bruto.



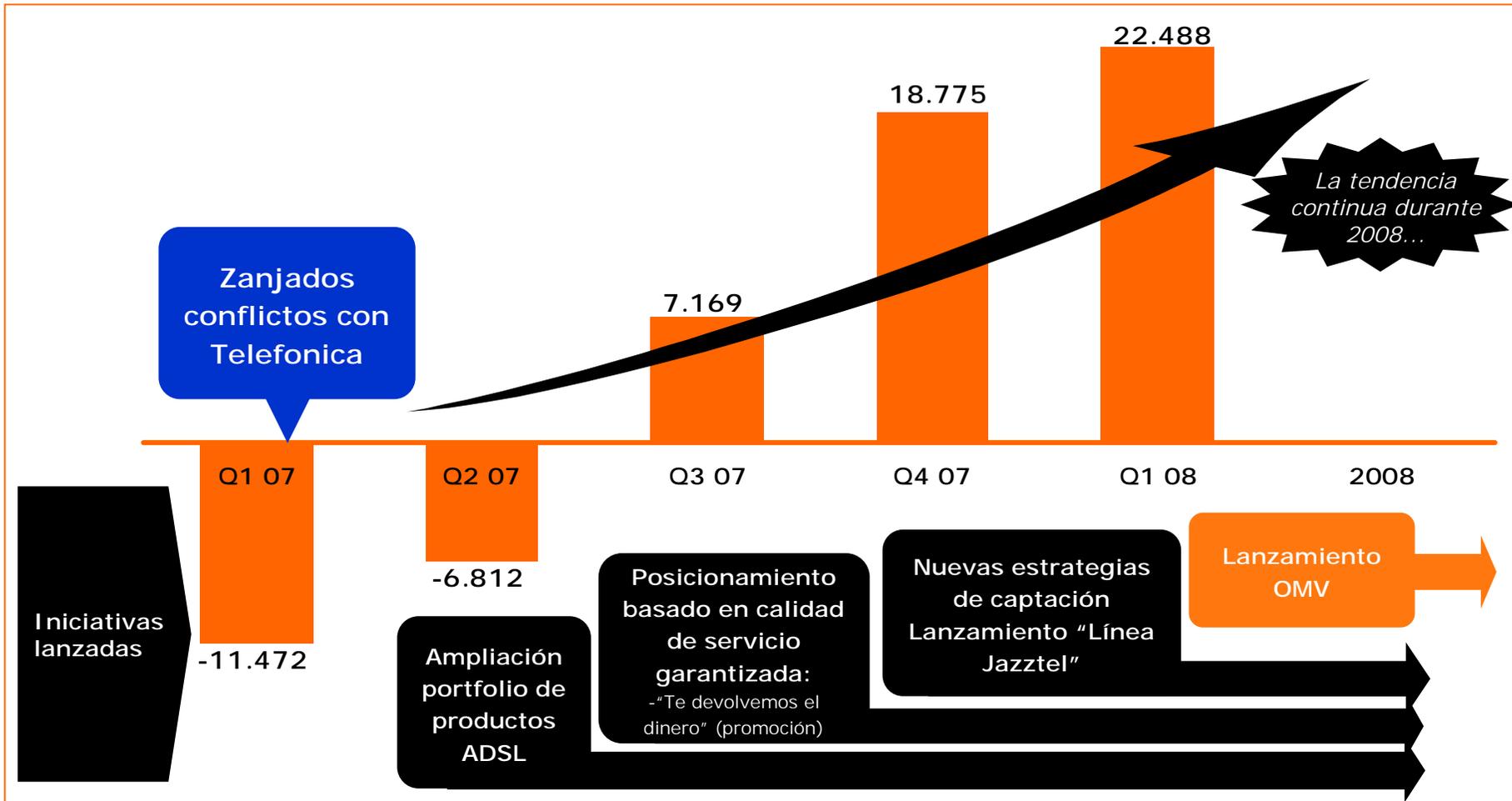
El CAPEX total necesario 2008-2009 vinculado al BP del móvil será de tan sólo 13 millones de Euros



La tendencia de crecimiento actual se debe a iniciativas clave puestas en marcha.

JAZZTEL

Crecimiento de la base de clientes ADSL contratados (visión trimestral)

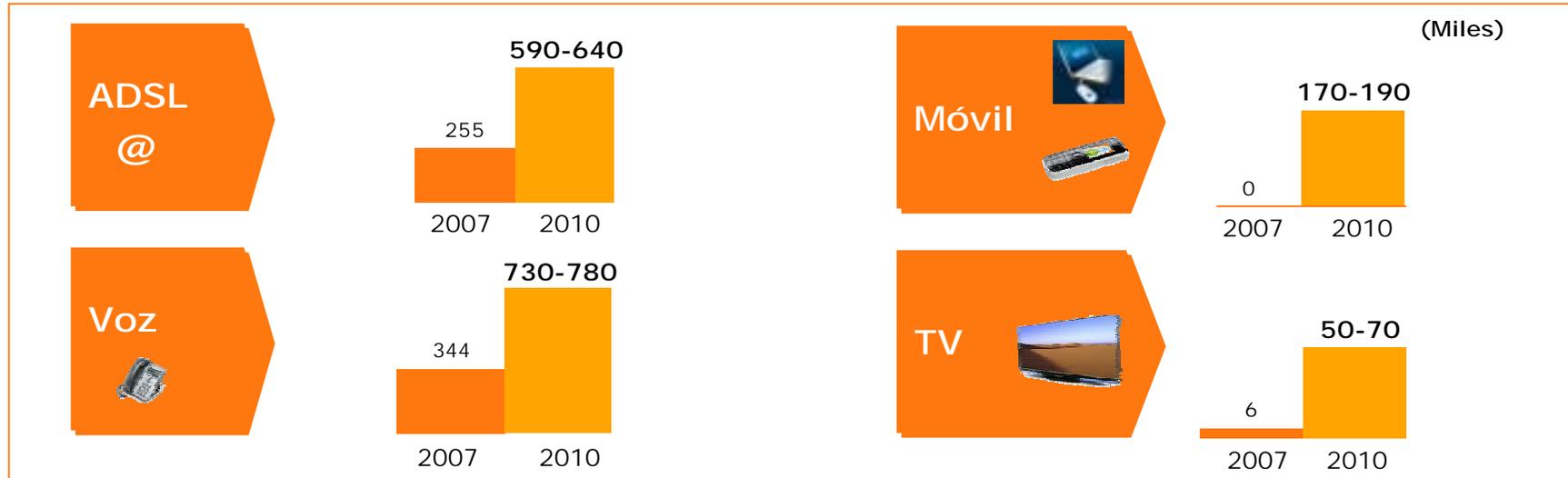


La mejora generalizada del ciclo de vida del cliente y el lanzamiento de nuevas estrategias de captación están dando sus frutos

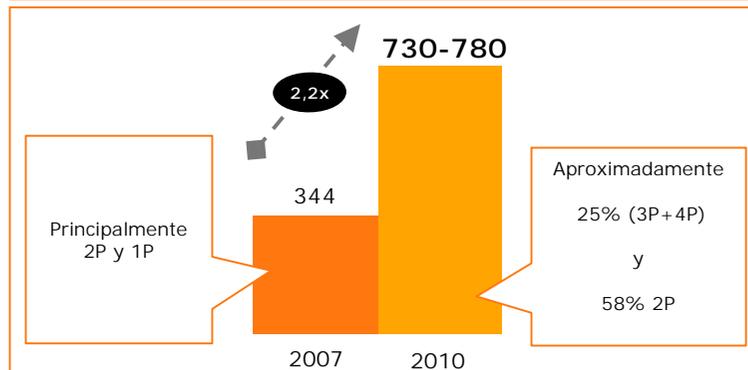


8 Esperamos un impacto directo sobre el incremento del número de servicios por cliente

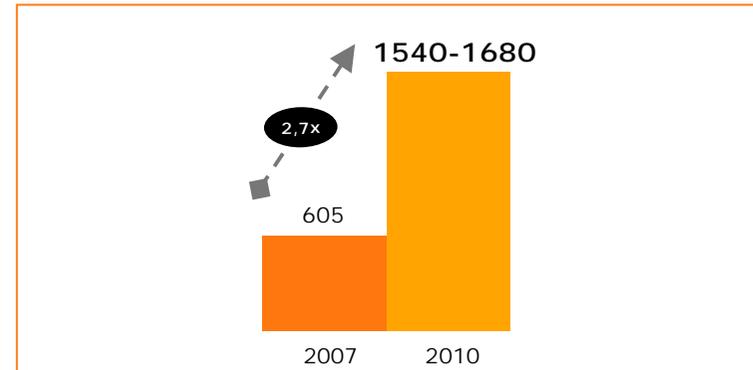
Objetivo de servicios (RGUs)



Clientes totales



Servicios totales-Total RGUs



RGUs: "Revenue Generating units", unidades generadoras de ingresos



El ratio RGUs/cliente se incrementará de 1,7 (2007) a 2,1 (2010)

III-Resultados Financieros

Ramón Quintero

JAZZTEL Director Financiero

JAZZTEL

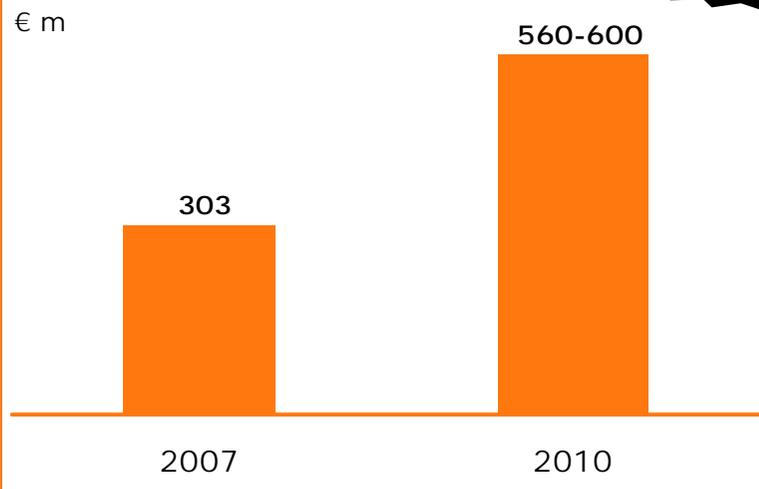


Jazztel conseguirá flujo de caja operacional positivo en 2010

JAZZTEL

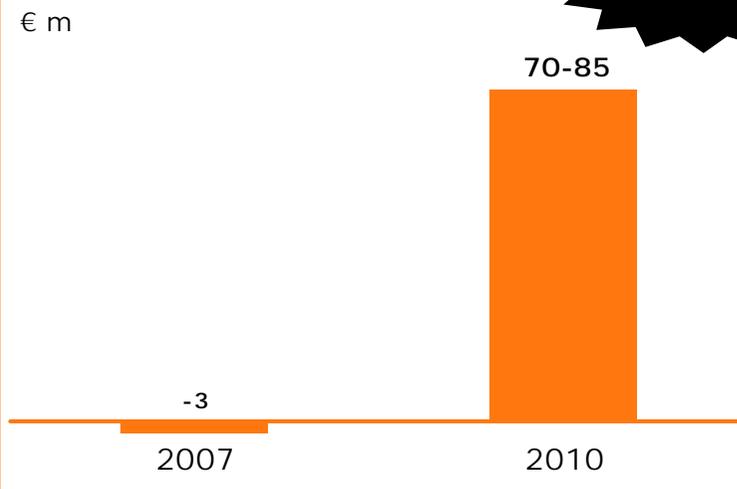
Ingresos

2X



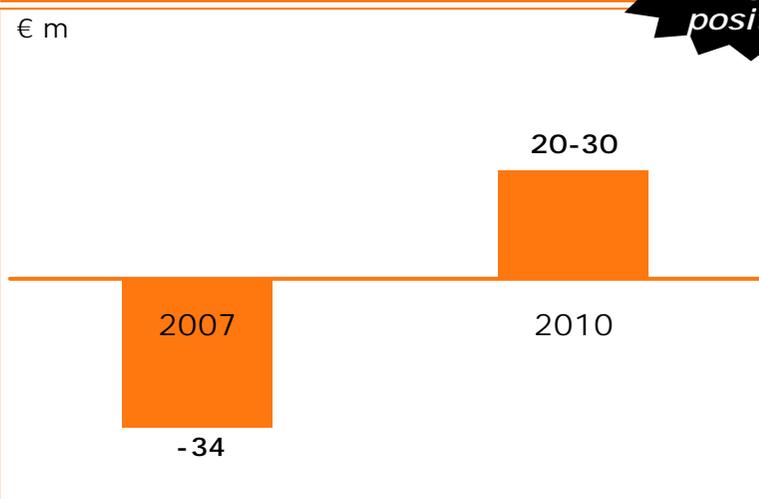
EBITDA

Consolidación del EBITDA



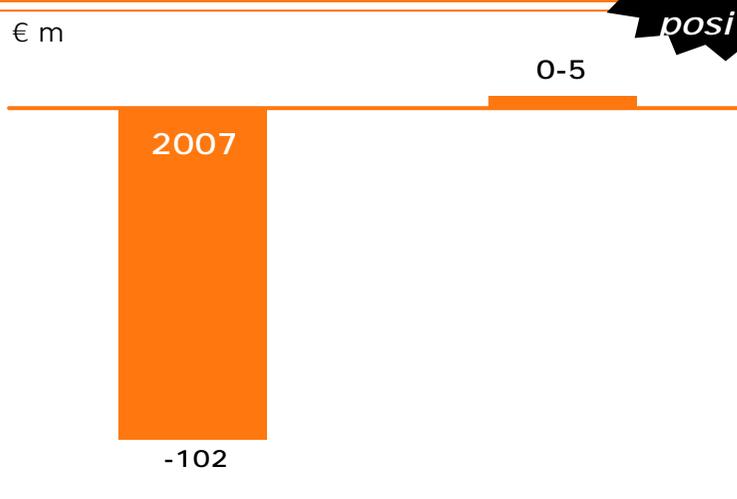
Flujo de caja Operacional

Flujo de caja positivo



Beneficio Neto

Beneficio neto positivo

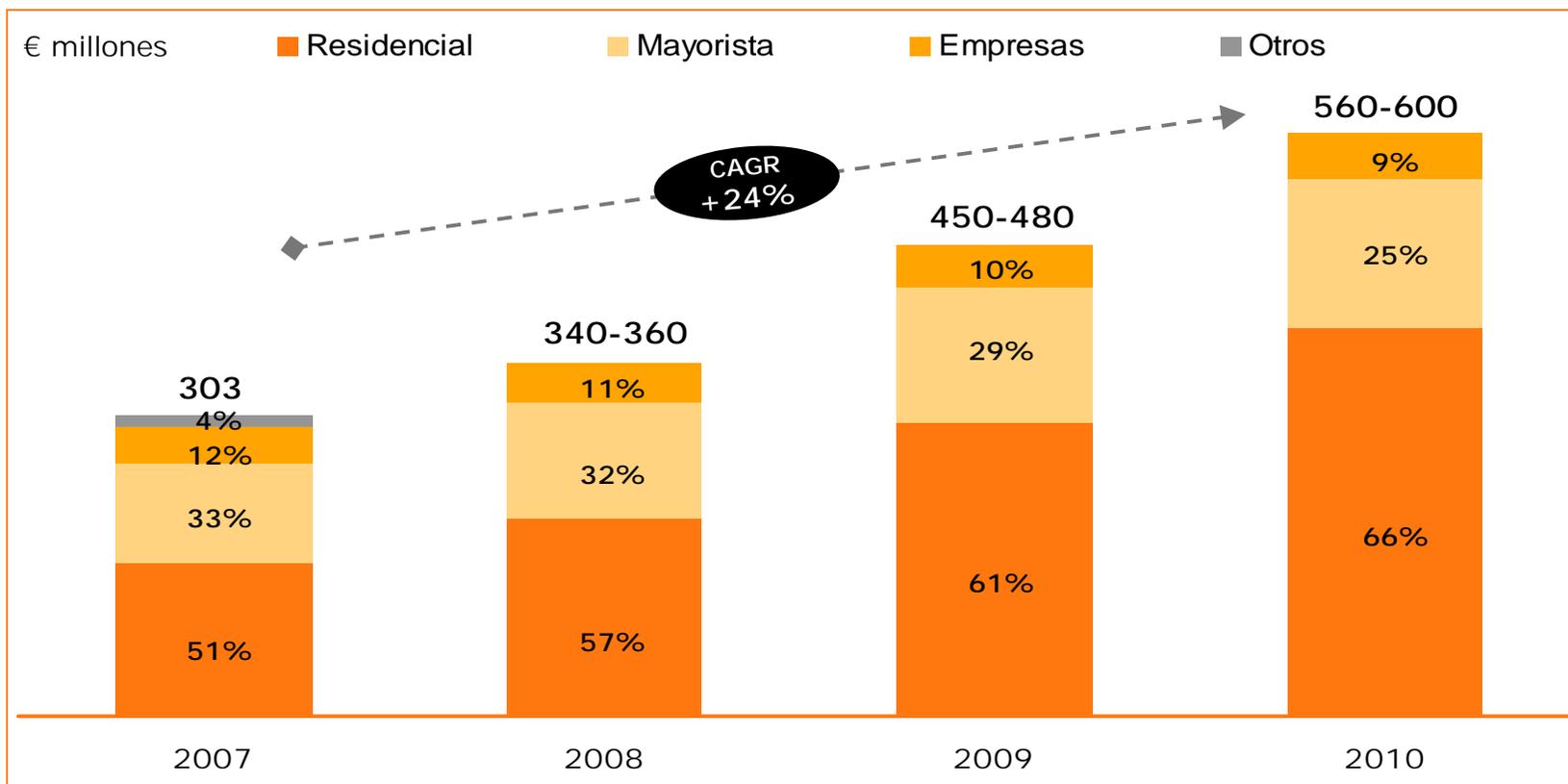




Estimamos que los ingresos crecerán desde los 303€ millones actuales hasta cerca de 600€ millones en 2010

JAZZTEL

Ingresos totales (Residencial, Empresas & Mayorista)



Los ingresos de Jazztel crecerán a un CAGR del 24% durante los próximos 3 años, doblándose así en 2010 las ventas del 2007



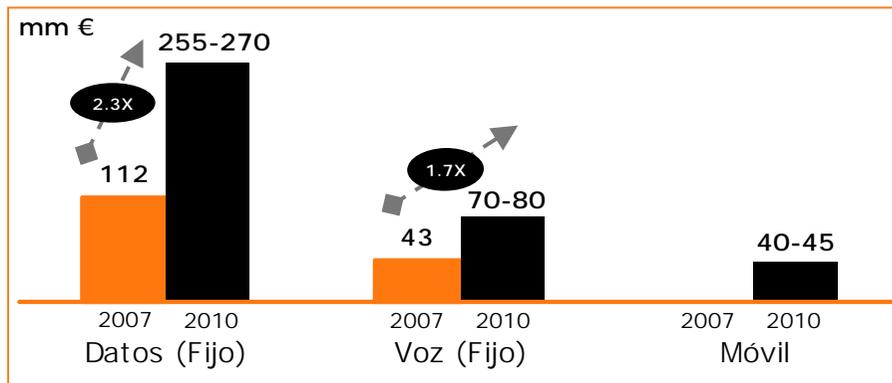
Se espera que los ingresos de residencial crezcan a un CAGR del 35%, alcanzando así ~ 400€ millones en 2010

JAZZTEL

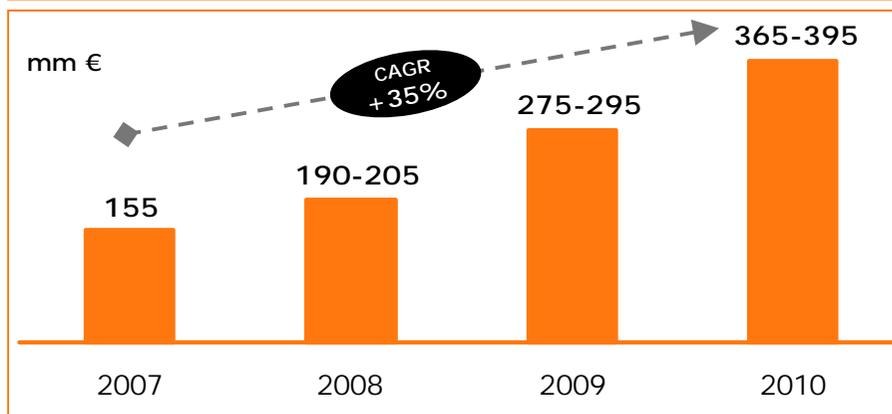
Resumen ingresos residencial

- El crecimiento procederá principalmente de los datos, debido al importante aumento en la base de clientes
- Se espera un incremento significativo en los ingresos de voz, a pesar de la erosión del ARPU. El total de los servicios de voz (incluyendo las nuevas líneas ULL "solo voz") contrarrestarán el impacto de esa erosión
- Adicionalmente al impacto indirecto que se pretende generar en el negocio de banda ancha fija (fidelización y captación), los servicios inalámbricos contribuirán a la unidad residencial con 40€ millones de ingresos en 2010

Desglose de ingreso residencial



Ingresos residencial





Factores positivos

- Progresiva migración hacia el producto "Full" cuyo ARPU es el más alto del portafolio de productos
- Incremento de la cuota de línea (de 12.95€ a 13.45€) siguiendo los pasos del incumbente
- Mayor número de clientes adoptando servicios de valor añadido, incrementando el ratio RGUs/cliente (TV, móvil)

-RGUs/cliente aumentarán de 1,7 en 2007 a 2,1 en 2010



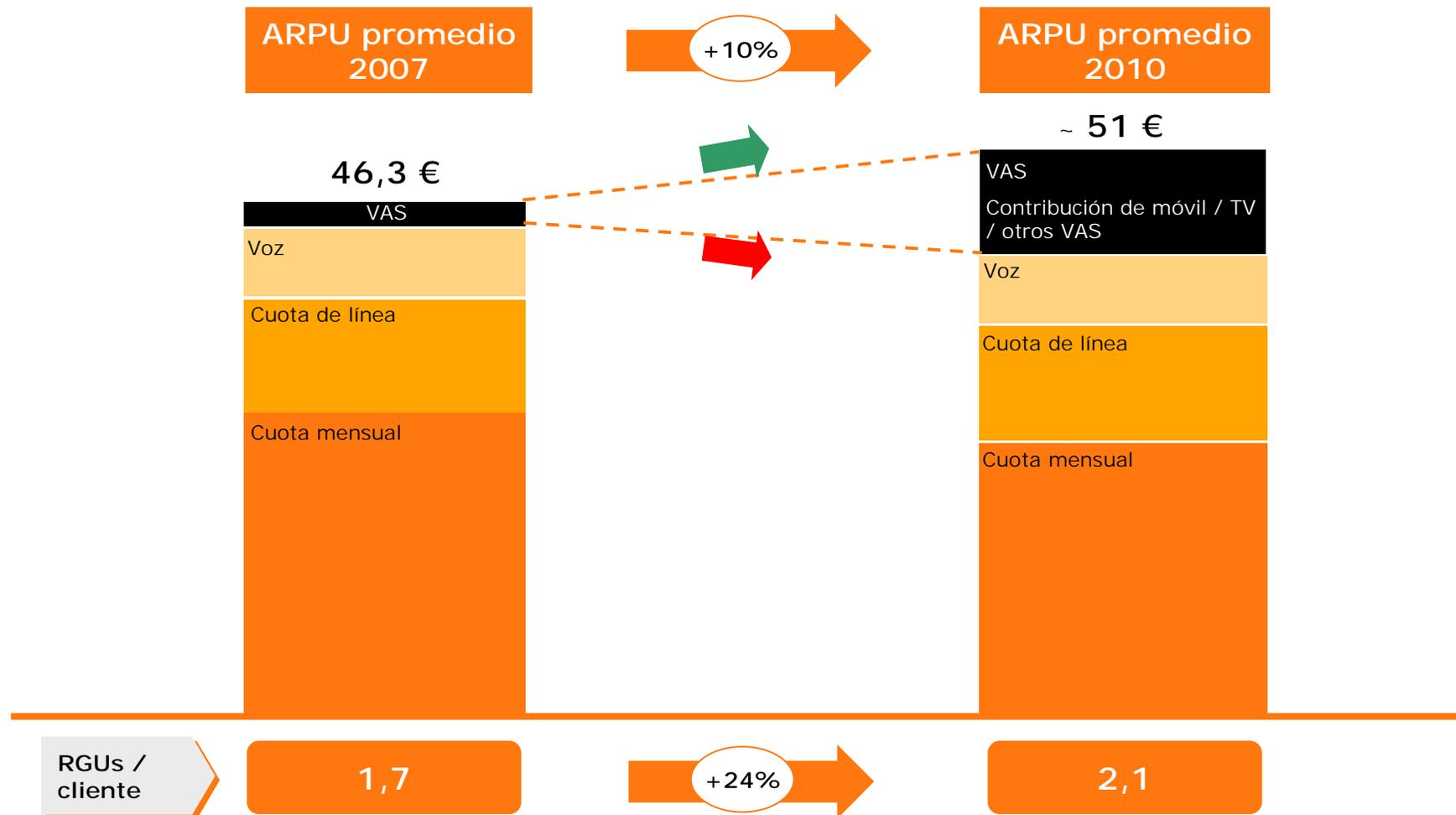
Factores negativos

- Erosión del ARPU a consecuencia de la competitividad del mercado, siguiendo así la tendencia Europea
- Incremento de la relevancia dentro de la base de clientes con productos de velocidades <20Mb cuyo precio es inferior



La convergencia y los servicios de valor añadido (VAS) contrarrestarán la erosión del ARPU tradicional de ADSL

JAZZTEL



El ARPU de Jazztel se verá sometido a cierta erosión pero que se verá mitigada por la convergencia fijo/móvil.



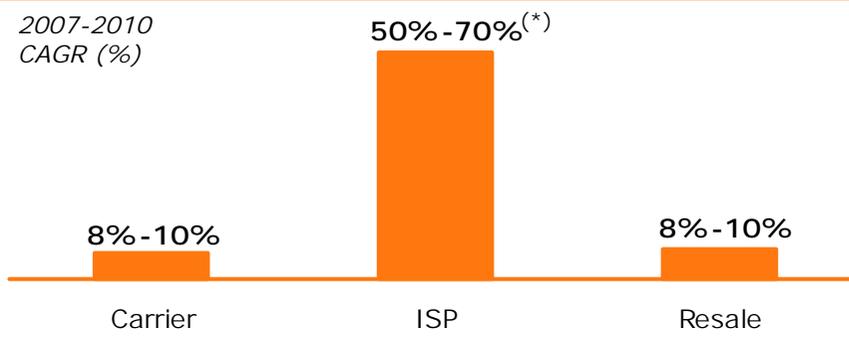
Esperamos que los ingresos mayoristas crezcan a un CAGR del 14%, alcanzando ~ 150€ millones en 2010...

JAZZTEL

Resumen ingresos mayoristas

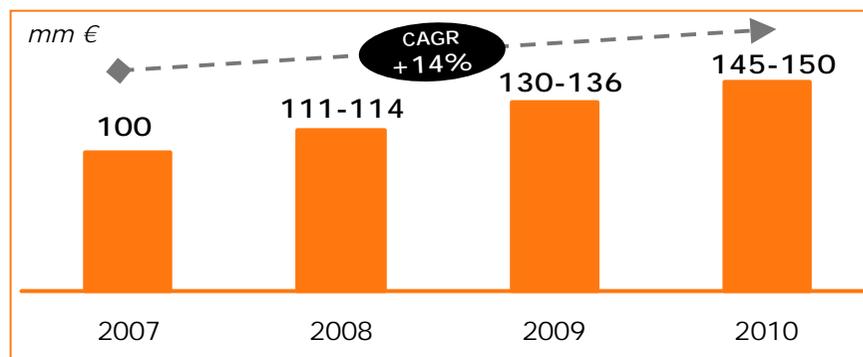
- El incremento significativo en el volumen de tráfico (tendencia actual) contrarrestará la erosión de precios en las líneas de negocio de carrier y reventa
- Para la unidad de negocio de reventa se espera un **aumento significativo en el número de tarjetas prepago** debido a la alta popularidad de éstas entre la comunidad de inmigrantes
- La división de ISP contribuirá en gran medida al crecimiento de los ingresos en la línea mayorista debido a la apuesta de la compañía por la **reventa de DSL marca blanca y la reventa de capacidad en sus MANs**

Crecimiento unidad Mayorista



(*) El CAGR de ISP está afectado por un punto inicial muy bajo

Ingresos unidad Mayorista



La marca blanca DSL y las tarjetas prepago impulsarán el crecimiento de la unidad mayorista



...con la mayoría de este crecimiento originándose en los servicios de DSL marca blanca de la unidad de ISPs

JAZZTEL

Oferta de servicios de voz

Servicio de acceso: gratuito, local y Premium

Disponibilidad de interconexión TDM & VoIP

Terminación de voz 'Gold' basado en rutas de calidad Premium

Tarjetas tráfico prepago

Oferta de servicios de datos

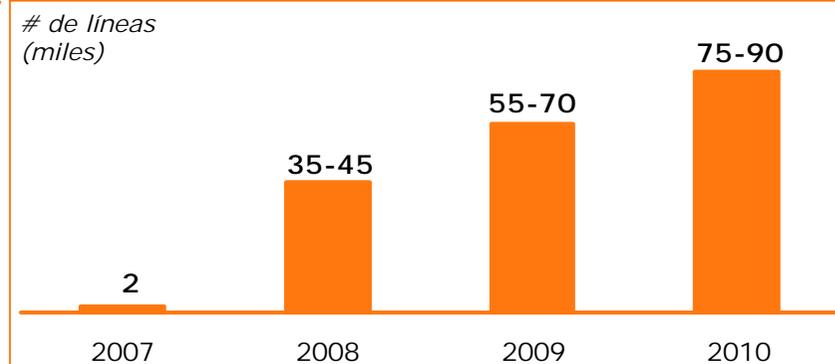
Productos de marca blanca DSL

Tecnología (DSL) ATM/IP con una amplia gama de productos

Tránsito IP / Reventa de capacidad

Disponibilidad en Internet de interconexiones de TDM & VoIP

Previsiones de DSL marca blanca



Se han firmado ya algunos contratos de marca blanca en 2007 y en T1-2008, confiando así positivamente en las expectativas de esta línea de negocio



La unidad Mayorista de Jazztel está en constante crecimiento, y es de las más dinámicas del sector. Para ello, Jazztel se apalanca en 150 contratos de interconexión y en sus PoPs internacionales



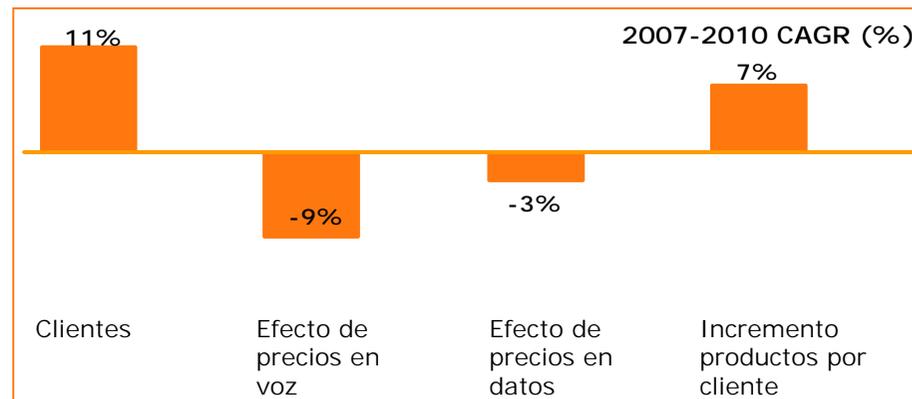
Esperamos que los ingresos de Empresas crezcan a un CAGR del 12%, alcanzando así ~ 54€ millones en 2010...

JAZZTEL

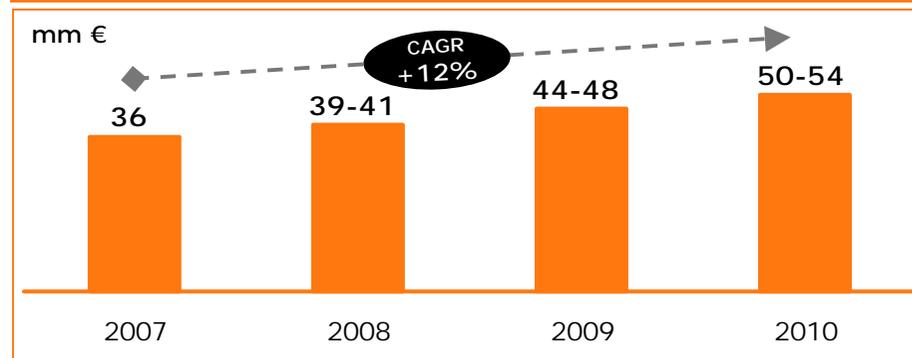
Resumen ingresos Empresas

- Se prevé una **erosión en la voz y en los datos** durante el periodo: voz (-9% CAGR) y datos (-3% CAGR)
- Esto se verá compensado por un **crecimiento significativo de los clientes (+11% CAGR)** en el principal segmento de Jazztel (PYMEs de 20-500 empleados)
- Jazztel está adoptando una **estrategia competitiva de crecimiento multiproducto** basada en:
 - Internet banda ancha, VPN y voz corporativa (IP y tradicional)

Factores que determinan los ingresos

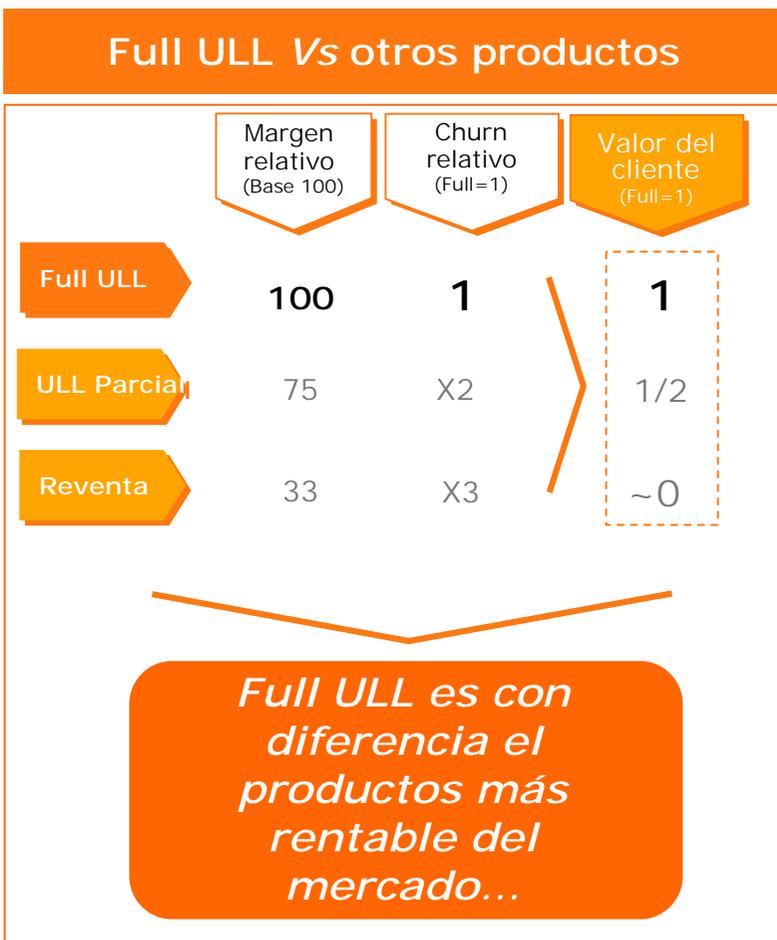


Ingresos Empresas

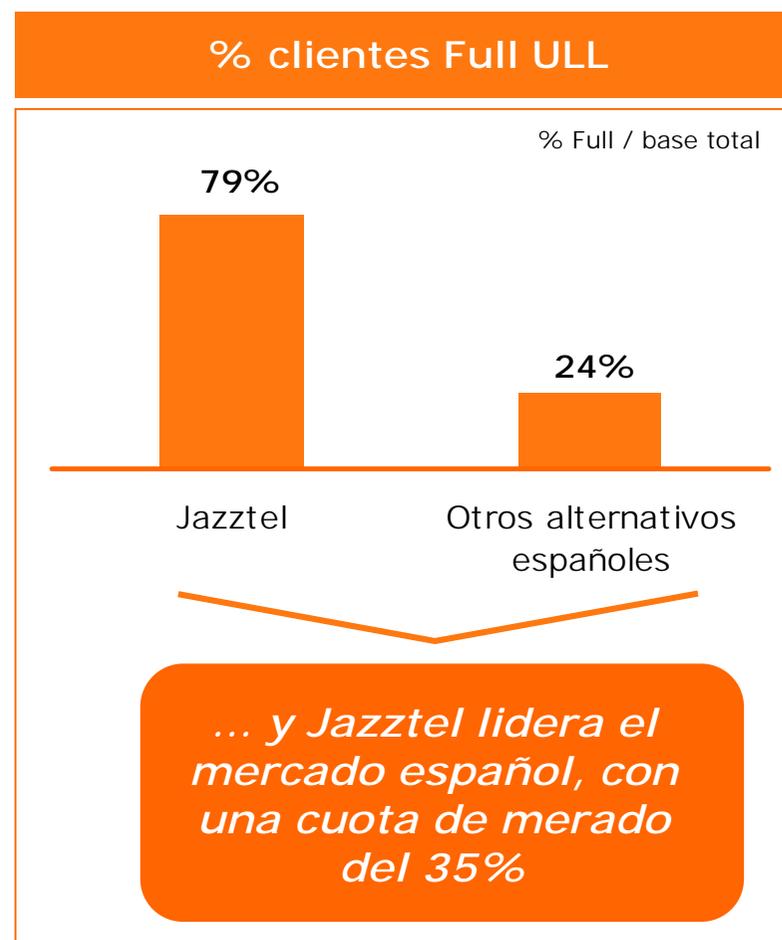




La migración a Full ULL permite contrarrestar el estrechamiento de los márgenes...



Fuente: Datos internos de Jazztel



Fuente: Datos CMT, Enero 2008



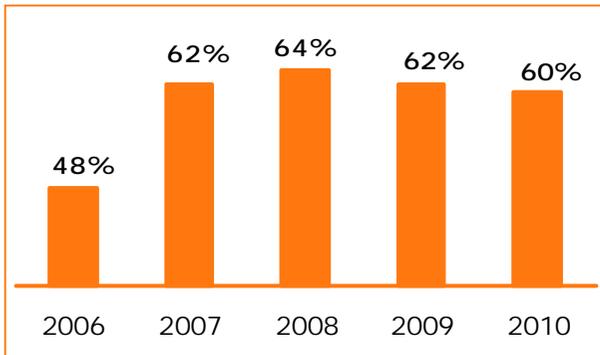
El liderazgo de Jazztel en el 'modelo Full' le genera mejores márgenes y rentabilidad que a sus competidores



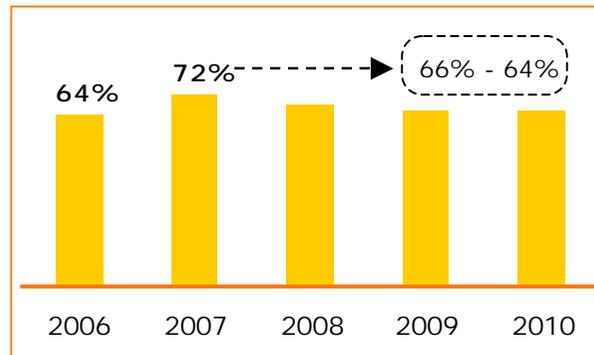
...y continuará generando un margen creciente sostenido que pasará del 48% en 2007 al 50% en 2010

JAZZTEL

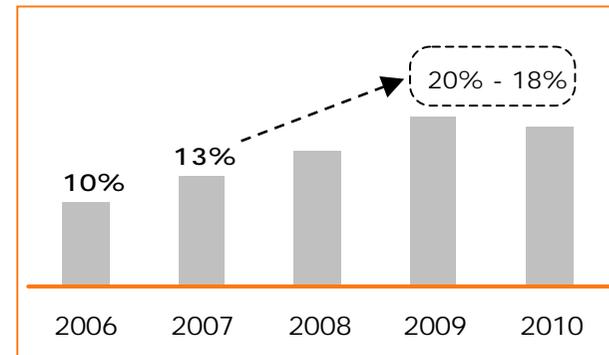
Margen bruto residencial (%)



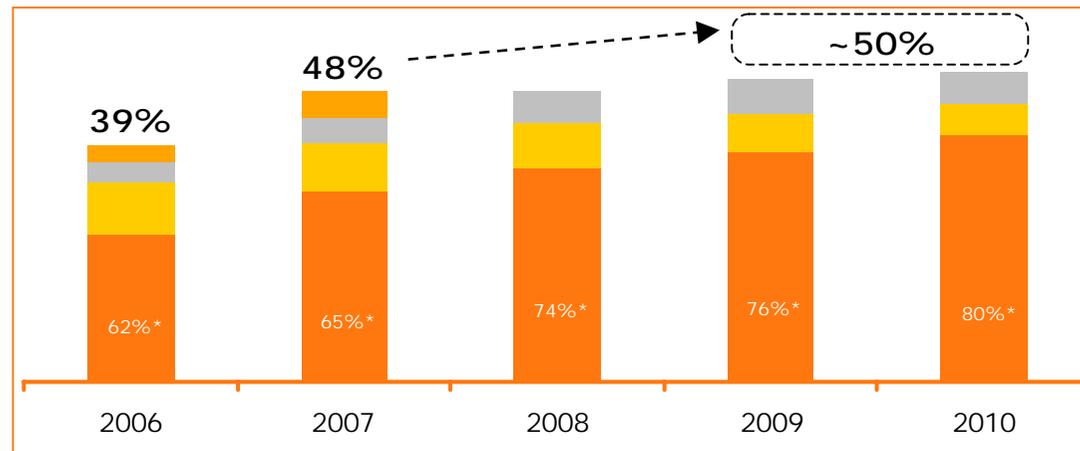
Margen bruto corporativo (%)



Margen bruto mayorista (%)



Margen bruto total de Jazztel (%)



*Peso del margen total procedente de la unidad de Residencial

• El modelo FULL de Jazztel continuará generando un margen muy saneado

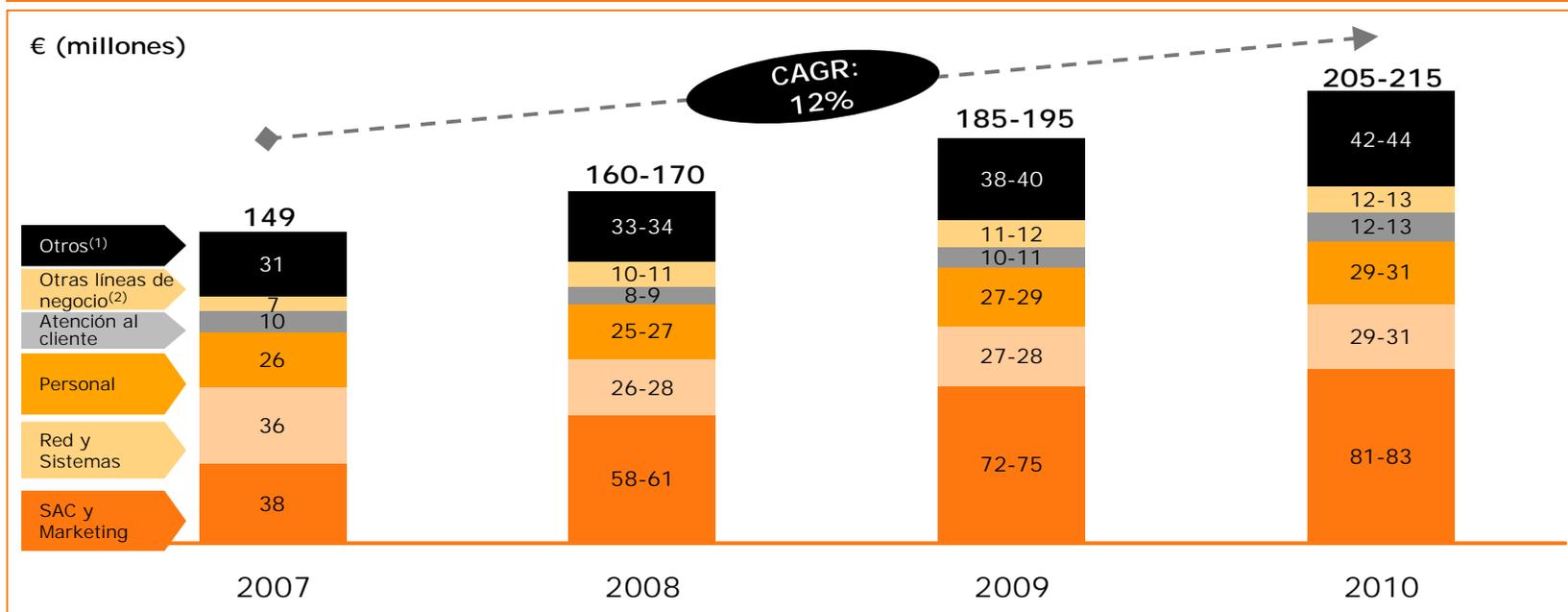
La previsión del margen bruto de Jazztel están en línea con algunos operadores europeos con modelos en base a red propia

	2006	2007
Iliad (80% ULL)	49%	49%
Neuf (68% ULL)	40%	41%
Fastweb (tecnología propia)	46%	46%



Los gastos de estructura de 2010 se reducirán al 36% de los ingresos a consecuencia de la eficiencia operativa

Evolución de gastos de estructura total



% de ingresos

49%

47%

41%

36%

- La compañía está preparada para ganar escala tanto a nivel operativo como de infraestructura
- El total del gastos de estructura el 2007, que incluye todos los gastos del año, no refleja con precisión el nivel de gastos recurrentes alcanzado a finales del 2007. Sin embargo, ese nivel reducido sí se ha tenido en cuenta para predecir los gastos futuros
- Leve incremento de SAC a lo largo del periodo
- Incremento del total de costes de marketing/año

(1) Otros incluye: facturación, insolvencias, inmobiliario, seguridad, Costes de PLC.

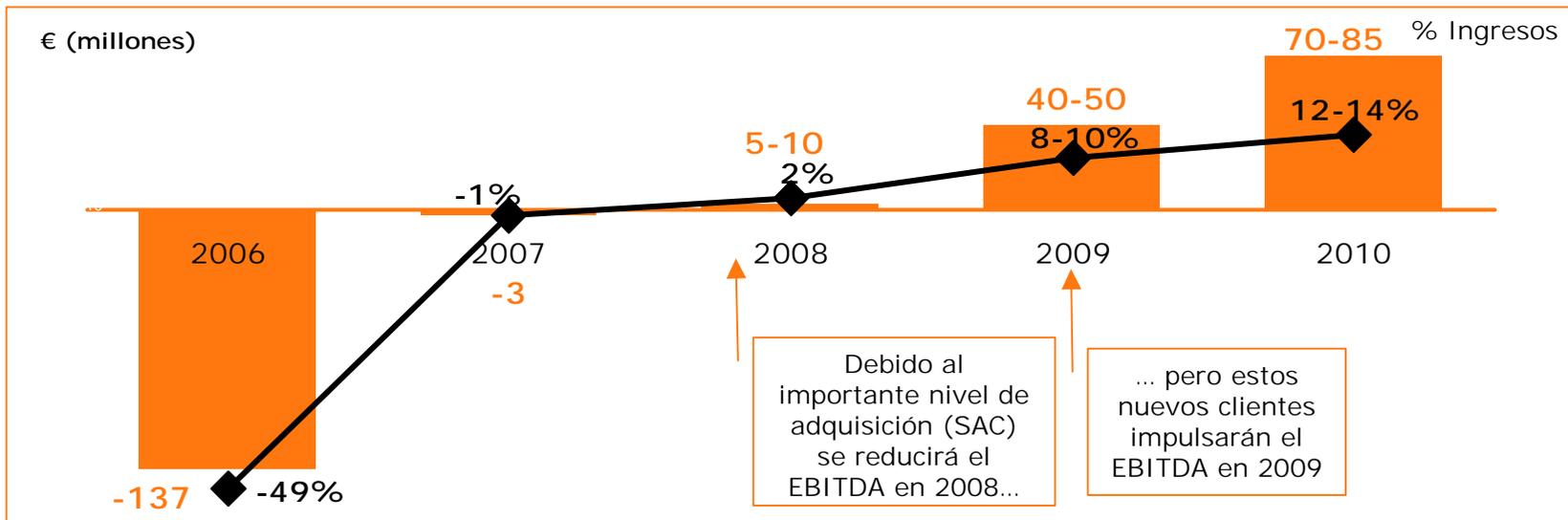
(2) Gastos generales exclusivos de las unidades de Empresas y Mayorista



Esperamos una mejora significativa en el EBITDA de Jazztel, alcanzando un ~ 13% de los ingresos en 2010

JAZZTEL

Previsión de EBITDA



Comparativa de niveles de EBITDA – Check de consistencia

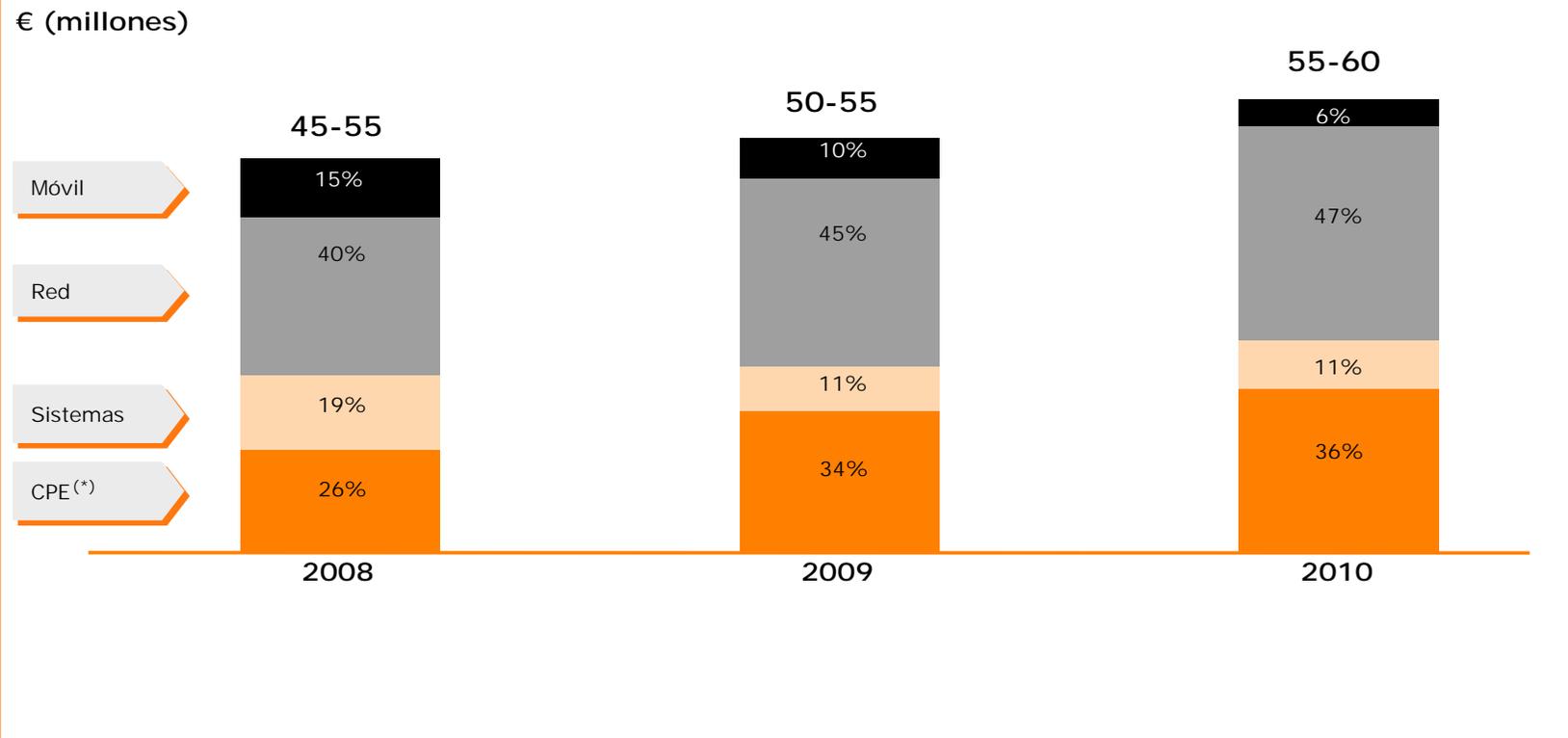
	Ingresos (año)- MM€	Ebitda/ingresos (%)
Jazztel	560-600 (2010)	~13%
Tiscali (UK)	609 (2007)	~16%
Versatel	701 (2007)	~27%
Iliad	724 (2005)	~31%
United Internet	802 (2005)	~16%



Ya concluido el despliegue de red, el capex como % de ingresos se reducirá hasta un 10% en 2010

JAZZTEL

Previsión de capex



(*) Equipos en el hogar/empresa clientes

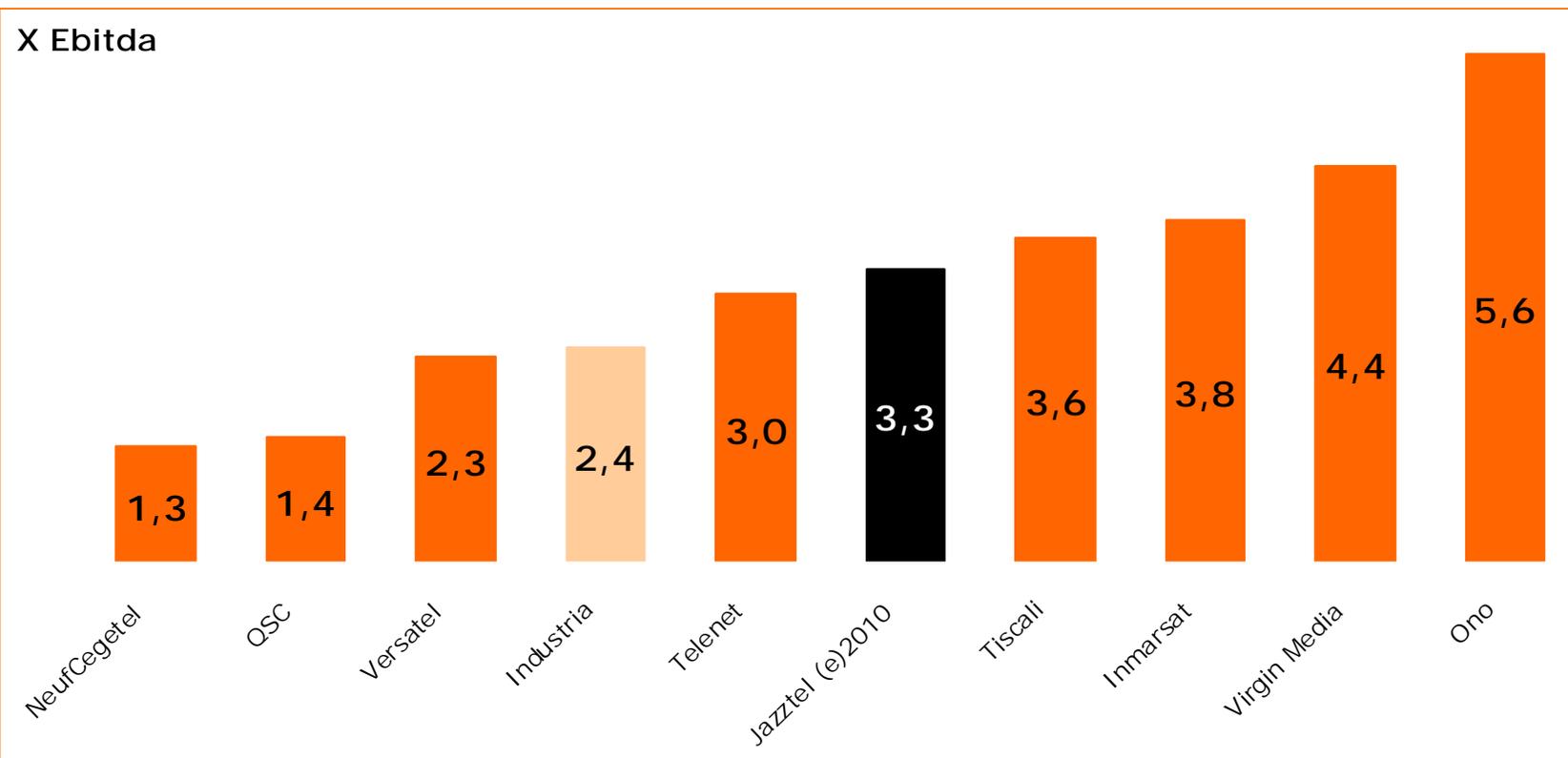


Debido a la culminación del despliegue de red, el capex por cliente se convertirá en el principal componente de la inversión



En 2010, el ratio de deuda neta/ EBITDA será apropiado y acorde con los niveles habituales de la industria telecom **JAZZTEL**

Apalancamiento: deuda neta/EBITDA



Fuente: Merrill Lynch European Telecoms report, 10 de abril de 2008. Ratios comparables basados en los resultados de 2007 (e)

Media de la industria 2.4x, Basado en la media de los principales operadros alternativos europeos

*Basado en previsiones de 2010 del plan de negocio



En el año 2010, el ratio de deuda neta/EBITDA, está en línea con los niveles actuales de la industria

IV-Conclusión

José Miguel García
JAZZTEL Consejero Delegado

JAZZTEL



Conclusión: balance de situación

1

Relación de trabajo constructiva con Telefónica.



2

La mejor red y una alta cobertura



3

Producto convergente de alta calidad a un precio muy competitivo



4

Compañía dinámica, ágil, y escalable



5

Nuestro propio "Call-centre" de alta calidad



6

Fuerte marca y una estrategia "targeteada" de marketing y ventas



Jazztel, creciendo y comprometida a crear valor