



JAZZTEL

Jazztel
Instituto Español de Analistas Financieros

22 de Octubre de 2004

Nota legal

Este documento contiene ciertas afirmaciones que Jazztel considera constituyen estimaciones sobre las perspectivas de la compañía y están sujetas a riesgos importantes, incertidumbres, cambios de circunstancias y otros factores que pueden estar fuera del control de Jazztel. Dichas afirmaciones pueden incluir declaraciones sobre intenciones, creencias o expectativas actuales de Jazztel, las cuales no constituyen garantías de los resultados futuros pudiendo diferir sustancialmente al estar sujetas a factores asociados al negocio de Jazztel, que entre otros se incluyen pero no se limitan, al desarrollo de la competencia, los riesgos asociados al crecimiento de la compañía, las condiciones económicas y de negocio, las condiciones regulatorias, la dependencia de la compañía en sus principales clientes y sus modelos de gastos y otros riesgos y factores descritos en la documentación presentada por Jazztel ante ciertas Autoridades regulatorias europeas.

Indice

I. Motivo de la reunión

II. Tendencias del mercado

III. Visión y Misión

IV. Previsión de principales magnitudes

Motivo de la reunión

El 24 de Septiembre nos comprometimos a:

Compromisos

- Comunicar en 30 días un nuevo Plan de Negocio
- Compromiso de permanencia estable como socio de referencia
- Invertir 30 millones de euros al año en Marketing
- Entregar opciones sobre acciones a los empleados
- Multiplicamos por cinco nuestros ingresos en los próximos 3 años
- Esperamos que la evolución de las acciones sea más positiva que la de Telepizza
- Poder ofrecer a la mayoría de los usuarios de telecomunicaciones servicios con la mejor calidad-precio
- Atención al cliente y servicio impecable

Cumplimiento



En proceso

En proceso

En proceso

En proceso

En proceso

En proceso

Ya estamos cumpliendo nuestros primeros compromisos

JAZZTEL

Indice

I. Motivo de la reunión

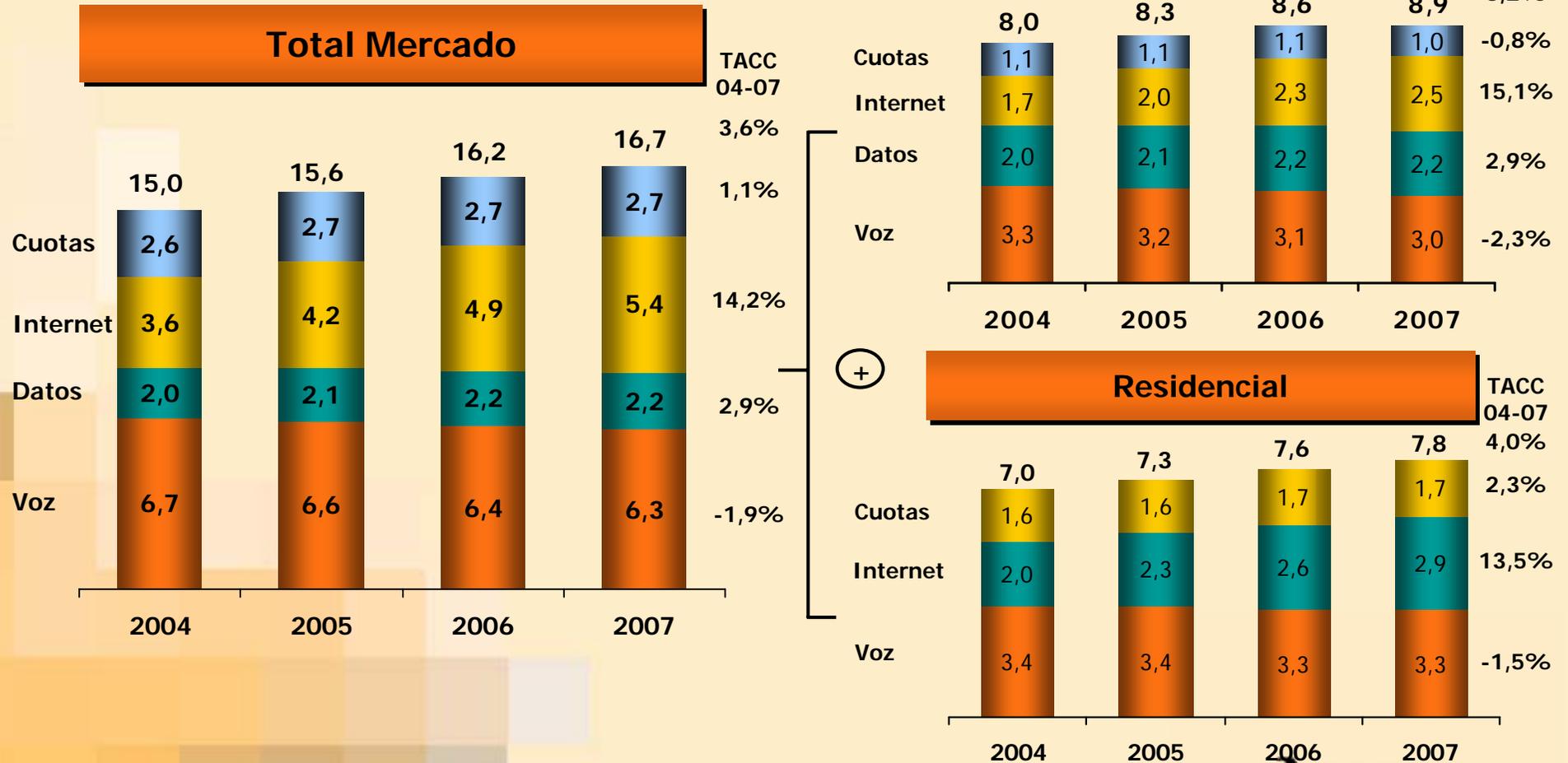
II. Tendencias del mercado

III. Visión y Misión

IV. Previsión de principales magnitudes

Internet de ancho de banda crecerá más que el resto de segmentos de mercado ...

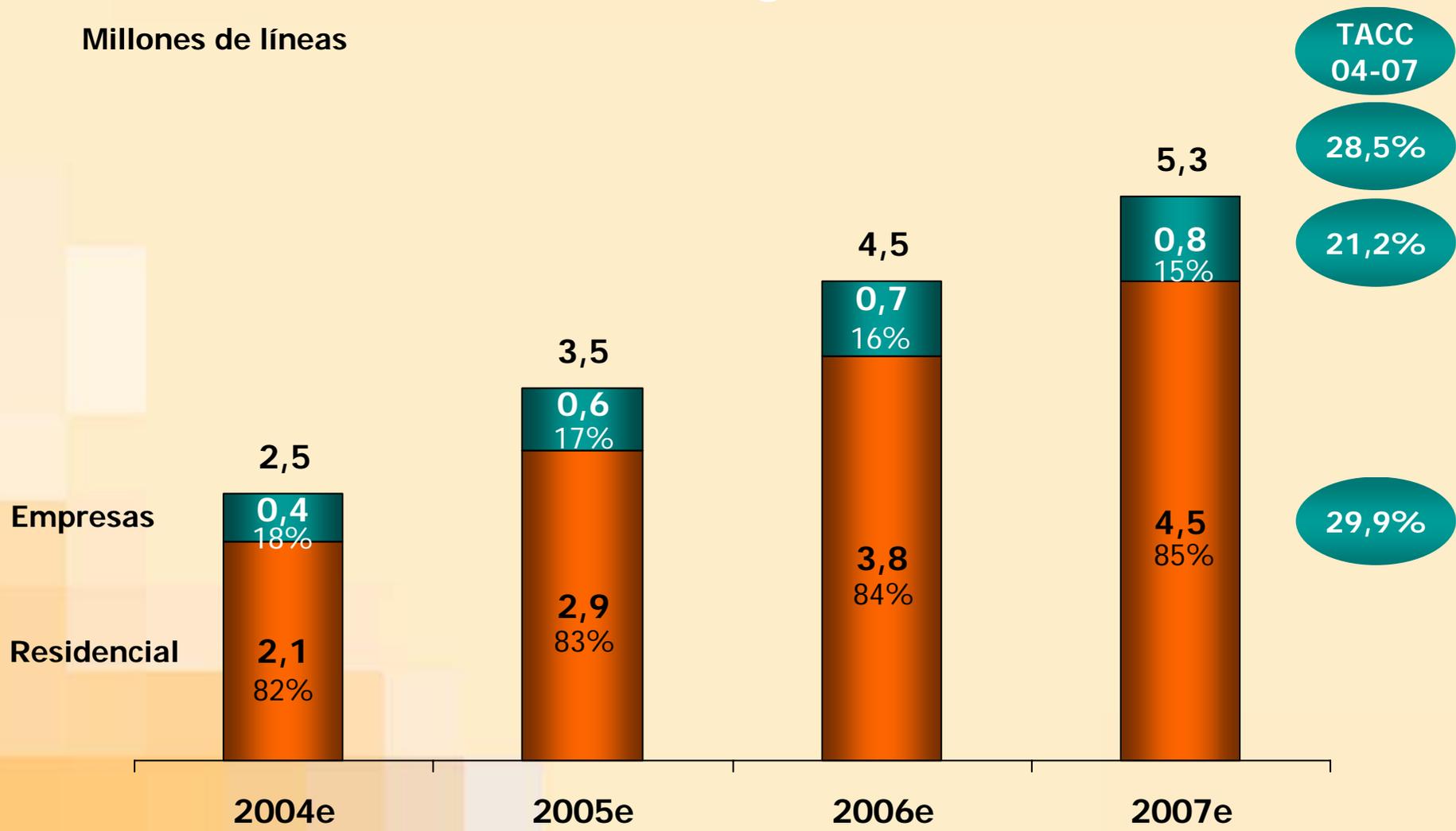
Miles de millones de Euros



Fuente : Análisis JAZZTEL y Analysys Research

... siendo la penetración de ADSL el principal factor de crecimiento en estos segmentos

Millones de líneas



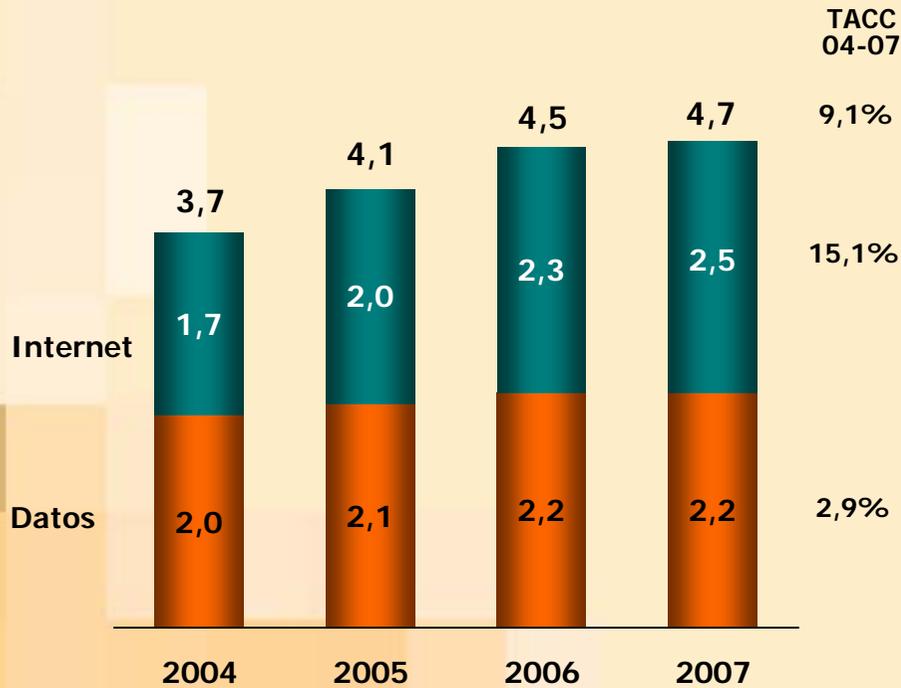
Fuente : Análisis JAZZTEL



En el mercado de Empresas el crecimiento proviene de los Datos e Internet

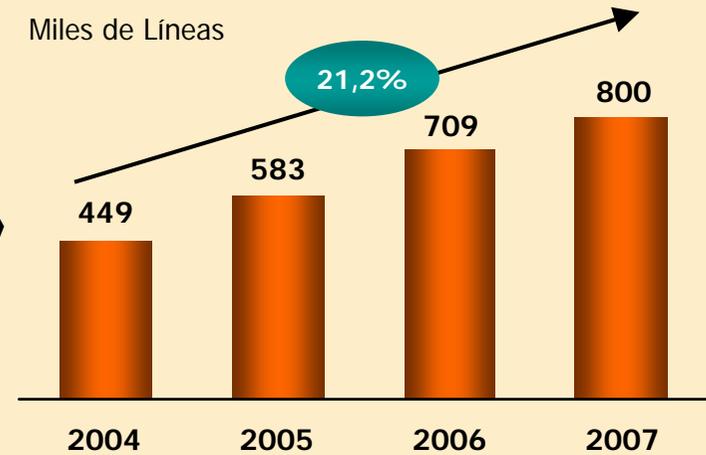
Empresas – Mercado Internet y Datos

Miles de millones de Euros

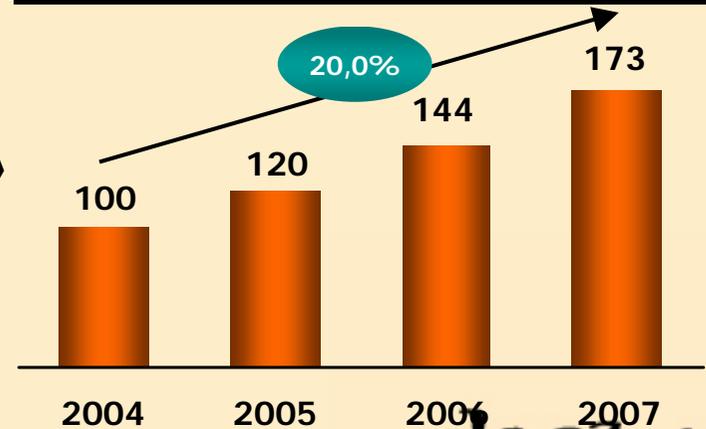


Líneas ADSL Empresas

Miles de Líneas



Numero de VPN's 2004 = 100



Fuente : Analysys; Telefónica; Análisis JAZZTEL

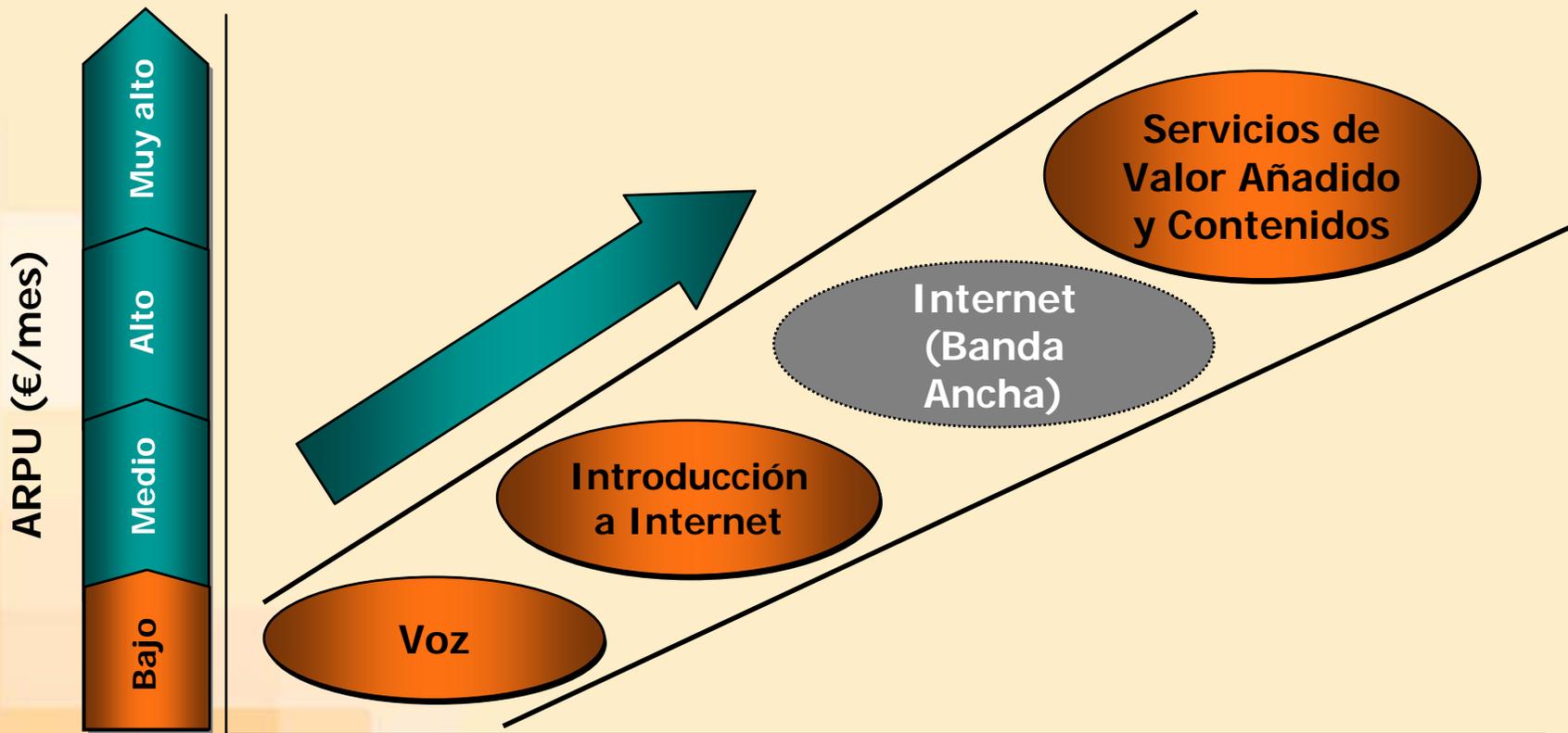
Nos enfocaremos en los segmentos de empresas y de “mercado masivo”

| <u>Empleados</u> | | Número de clientes | Mercado (mill. €)* | Oferta de productos |
|------------------|---------------------------|--------------------|--------------------|--|
| >499 | Grandes empresas | 1,506 | €684 m | <ul style="list-style-type: none"> • Productos integrados de voz, datos y TI hechos a medida, especialmente VPNs, para oferta de aplicaciones sobre Banda Ancha • Fibra |
| 20-499 | Medianas empresas | 75,047 | €3,295 m | <ul style="list-style-type: none"> • Productos integrados de voz, datos y TI hechos a medida, especialmente VPNs, para oferta de aplicaciones sobre Banda Ancha • Acceso de fibra y xDSL |
| <20 | Pequeñas empresas y SOHOS | 1,626,380 | €3,703 m | <ul style="list-style-type: none"> • Productos integrados de voz e Internet basados en xDSL y ADSL para oferta de aplicaciones sobre Banda Ancha |
| | Residencial | 12,797,143 | €6,558 m | <ul style="list-style-type: none"> • Productos integrados de voz e Internet basados en preselección y ADSL y evolución hacia contenidos (TV, Video, VoIP,...) |

Fuente: DIRCE (INE), Analysys Research

* Año 2003

Para ello, debemos enfocarnos a productos y clientes "más sofisticados"



Uso del servicio

Indice

I. Motivo de la reunión

II. Tendencias del mercado

III. Visión y Misión

IV. Previsión de principales magnitudes

Visión

Jazztel alcanzará el 6% del mercado de telecomunicaciones fijas en España con unas ventas superiores a 1.000 millones de euros y un Ebitda y un resultado neto por encima de 120 y 50 millones de euros respectivamente en el año 2007

Misión

**Crecer, innovar y ser rentables con
un servicio y atención al cliente
impecables**

Indice

I. Motivo de la reunión

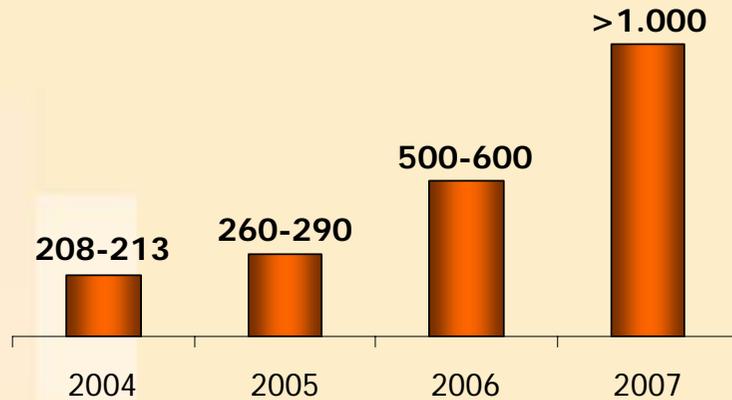
II. Tendencias del mercado

III. Visión y Misión

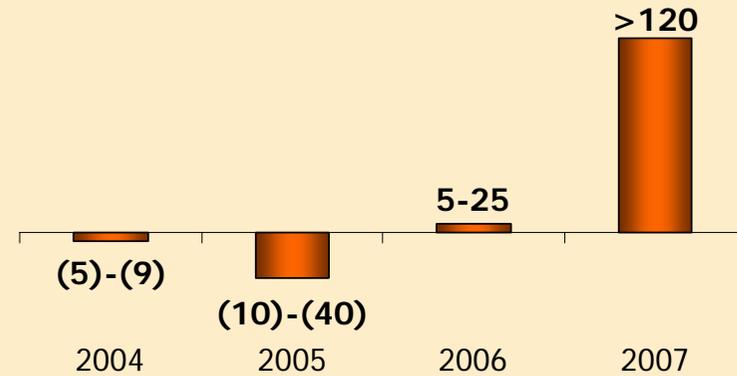
IV. Previsión de principales magnitudes

Principales magnitudes

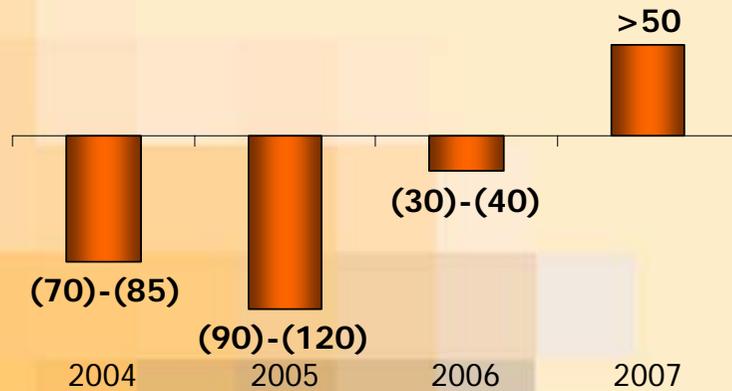
Ingresos
Millones de euros



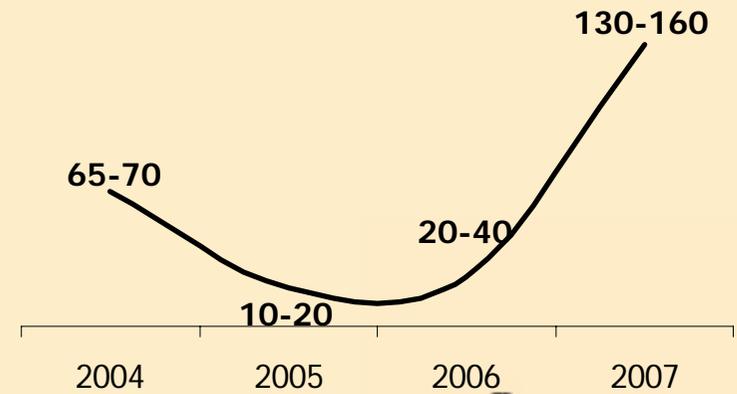
EBITDA
Millones de euros



Resultado Neto
Millones de euros



Flujo de Caja
Millones de euros



JAZZTEL

Plan 2005 - Comercial

OBJETIVOS

- Ventas superiores a 260 millones de euros
- Aumentar cuota de mercado hasta el 1,8% creciendo orgánicamente y/o a través de adquisiciones
- Asegurar un servicio y una atención al cliente impecable

ESTRATEGIAS

- Publicidad -> 30 millones de euros para comunicar la oferta diferencial de Jazztel
- Aumentar un 60% la fuerza de ventas
- Doblar la inversión en telemarketing
- Seleccionar, formar y posteriormente medir el servicio y atención al cliente para cumplir con el fin de nuestra Misión
- Mejorar la productividad de la fuerza de ventas a través de la formación y la eficiencia en el uso del tiempo
- Explotar la venta cruzada entre Jazztel, CCS y Adatel

JAZZTEL

Plan 2005 – Recursos Humanos

OBJETIVOS

- Empleados: Más de 500 en telecomunicaciones
- Aumentar la cualificación del personal
- Reorganizar la Compañía para asegurar la máxima eficacia y eficiencia de la organización
- Asegurar la motivación de los empleados par la consecución de los objetivos de la Compañía

ESTRATEGIAS

- Proceso de selección y evaluación continua
- Proporcionar formación (técnica y gerencial) para aumentar la productividad y efectividad del personal
- Plan de desarrollo profesional para los empleados
- Plan de opciones para todos los empleados para compartir el éxito de Jazztel

Plan 2005 – Recursos Físicos / Inversiones

OBJETIVOS

- Aumentar la cobertura directa de nuestra red para cubrir más del 50% del mercado español
- Mejorar el coste de la unidad de venta

ESTRATEGIAS

- Multiplicar por 3 el número de centrales DSL
- Inversión en tecnología punta en toda la infraestructura

Plan 2005 - Innovación

OBJETIVO

- Tener la oferta de producto más innovadora del mercado (ancho de banda, contenidos, etc...)

ESTRATEGIA

- Invertir en tecnología punta que nos permita una evolución del catálogo de productos desde Voz / Internet hacia contenidos:
 - Televisión
 - Video
 - VoIP
 - Aplicaciones de gestión de negocio en red (ERP en ASP)

Plan 2005 – Recursos Financieros

OBJETIVO

- Resolver necesidades de financiación en 2005
 - Financiación actual - Mejorar condiciones
 - Financiación nueva - Asegurar disponibilidad al mejor coste

ESTRATEGIA

- Conseguir recursos suficientes para el crecimiento agresivo a través de, entre otros, préstamos, leasing, deuda, vendor financing, recursos propios, etc.

Resumen

- Un mes después desde el anuncio de la entrada de L. Fernández Pujals en el accionariado, **Jazztel empieza a cumplir sus primeros compromisos**
- Jazztel ha detectado una **enorme oportunidad de negocio** en el sector en los próximos años, particularmente en productos de Internet y Datos, ...
- ... para lo cual Jazztel enfocará su oferta para **cubrir las necesidades “más sofisticadas”** de clientes del mercado masivo y empresarial
- La **visión** de Jazztel es alcanzar en el año 2007 una cuota de mercado del 6% en España, con unas ventas superiores a €1.000 Mn., y un Ebitda y un resultado neto por encima de €120 y €50 Mn., respectivamente
- La **misión** de Jazztel es crecer, innovar y ser rentables con un servicio y atención al cliente impecables
- El **Plan 2005** plantea estrategias comerciales, de RR.HH., de inversión, de innovación y de financiación, con el objetivo de superar los €260 Mn. de ingresos el próximo ejercicio y preparar la compañía para alcanzar los objetivos de nuestra visión

JAZZTEL

JAZZTEL

Muchas Gracias