



JAZZTEL

La Nueva Jazztel

Self Trade – Bolsa de Madrid

15 Febrero 2005

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. Crecimiento del mercado

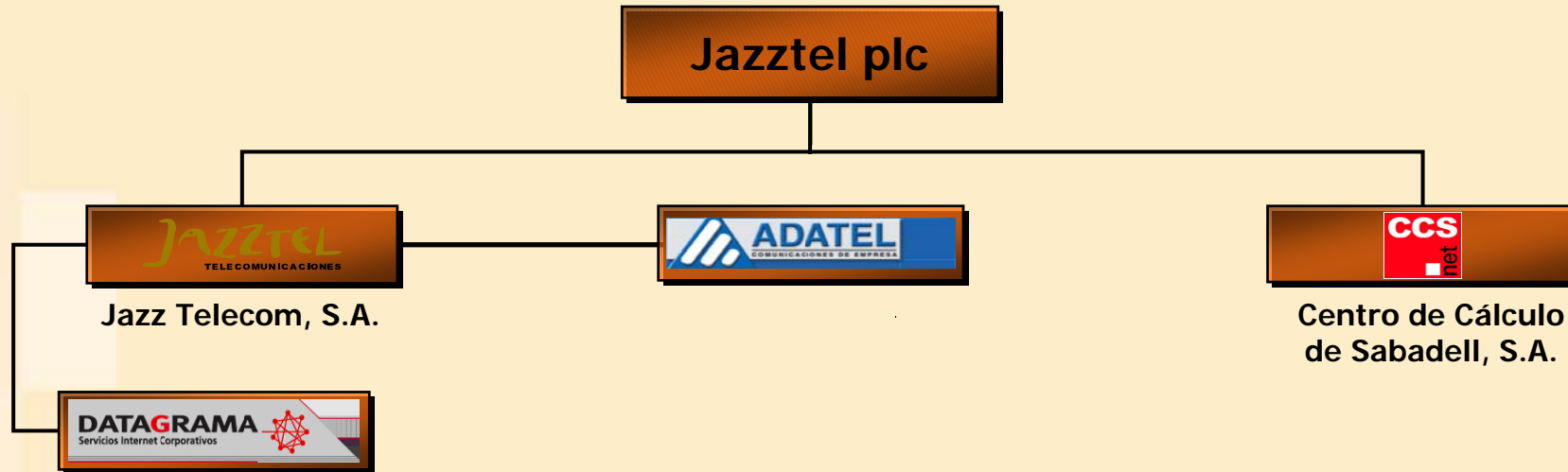
- Telecomunicaciones
- Integración de Redes
- Sistemas Informativos de Gestión

II. Estrategias de Penetración

III. Proyecciones del Plan de Negocio

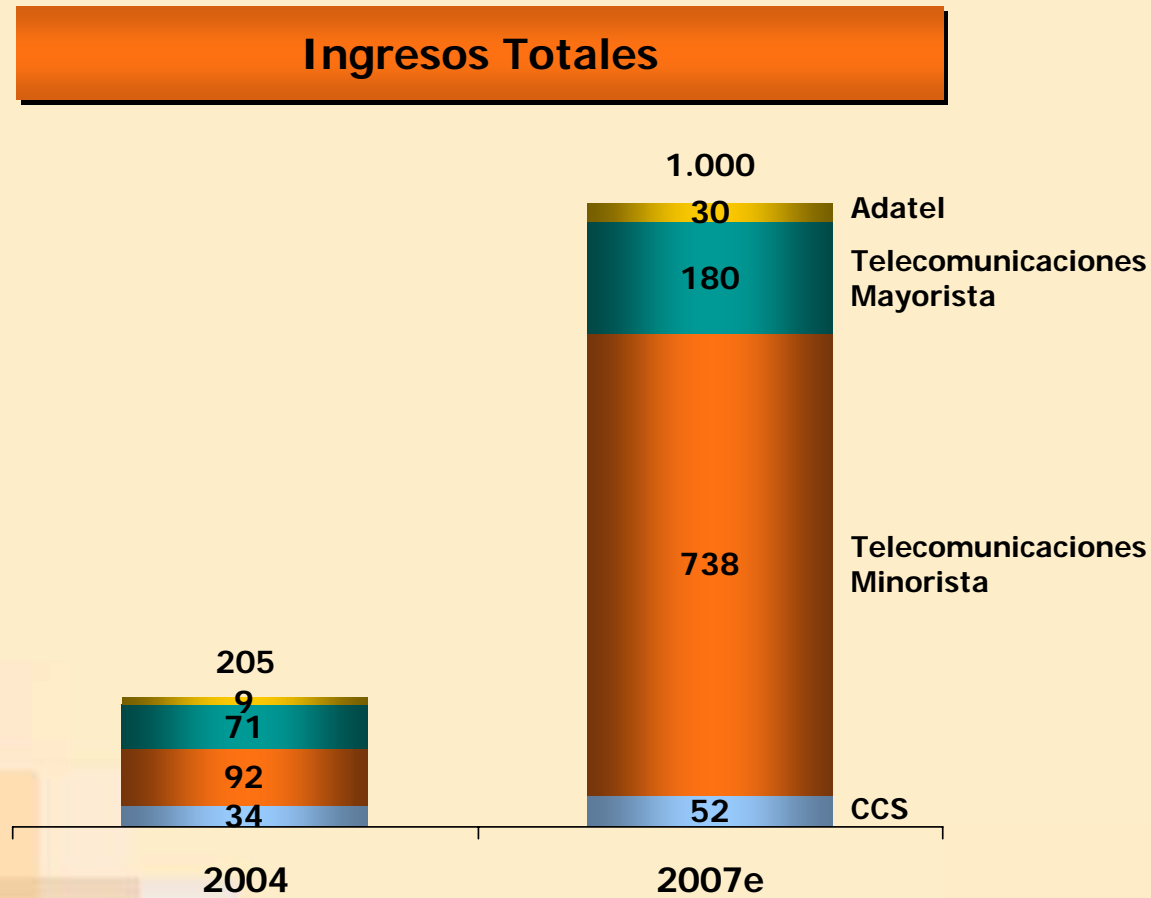
IV. Conclusiones

La actividad principal del Grupo son las Telecomunicaciones, pero también opera en Tecnologías de la Información y en Integración de Redes



Jazztel crecerá en todos sus segmentos de negocio

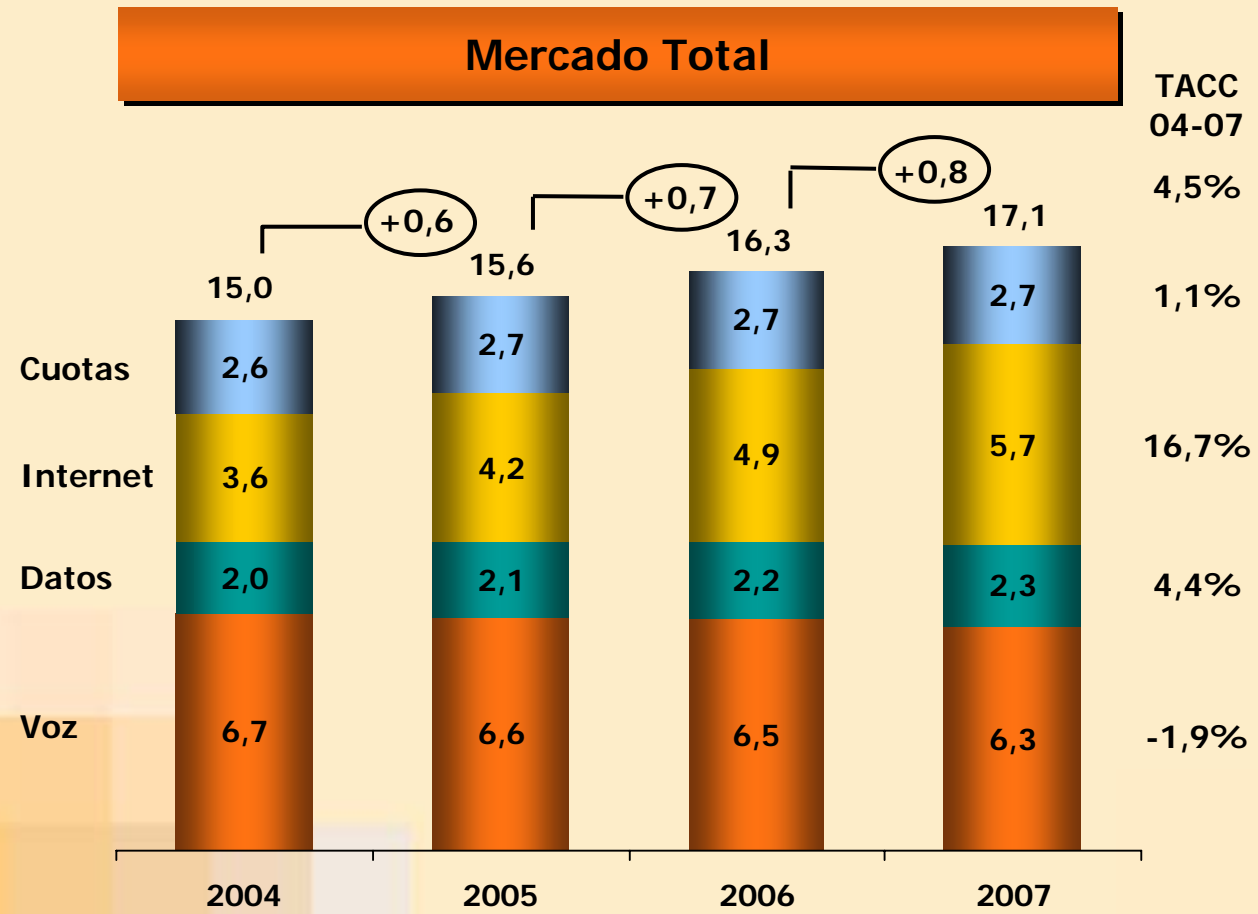
Millones de euros



JAZZTEL

Internet (Banda Ancha) crecerá más que el resto de los segmentos del mercado

Miles de millones de euros

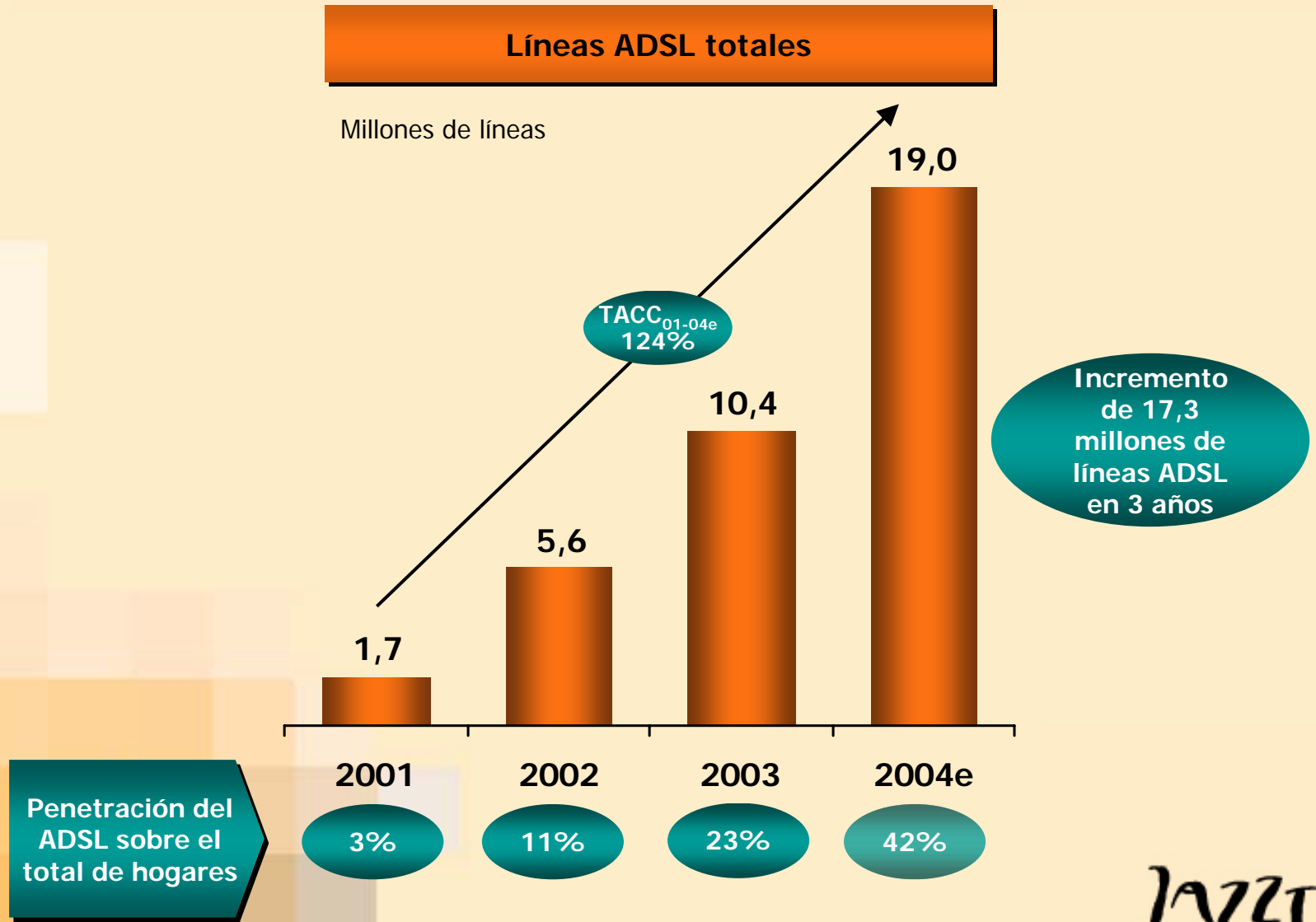


Fuente: Análisis JAZZTEL y Analysys Research

La penetración de DSL es el principal factor de crecimiento en este segmento

- Las líneas DSL totales crecerán desde 2,5 millones en 2004 hasta 5,8 millones en 2007
- La tecnología DSL representará más del 80% de las conexiones de banda ancha en España y estará presente en el 33% del mercado residencial en 2007
- La tecnología DSL alcanzará estos crecimiento gracias a:
 - Despliegue de accesos directos de banda ancha alternativos
 - El desarrollo de la tecnología DSL
 - La reducción de precios – 16 Mb por el mismo precio que 0,5 Mb

En Japón ha habido un gran crecimiento de líneas ADSL en los últimos 3 años...

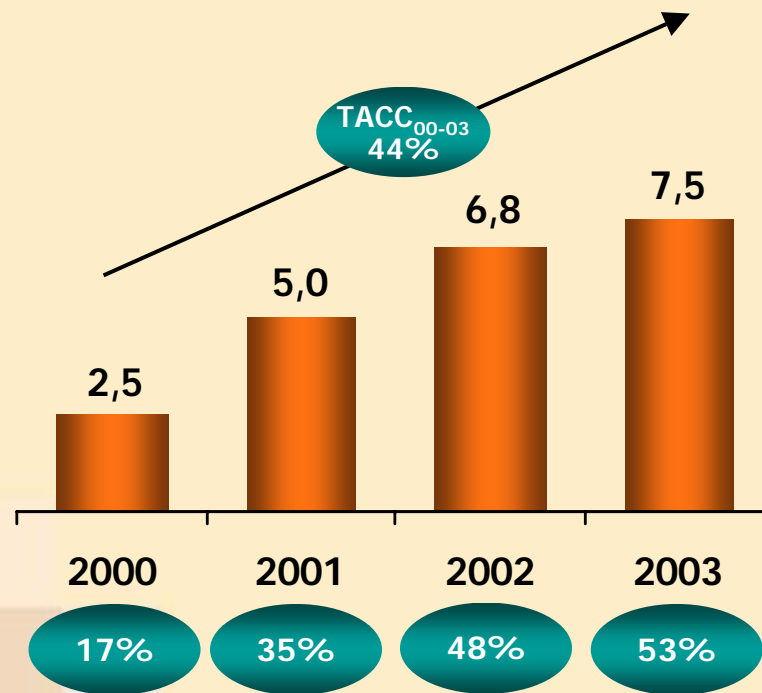


Fuente: SoftBank

... así como en Corea...

Líneas ADSL totales

Millones de líneas

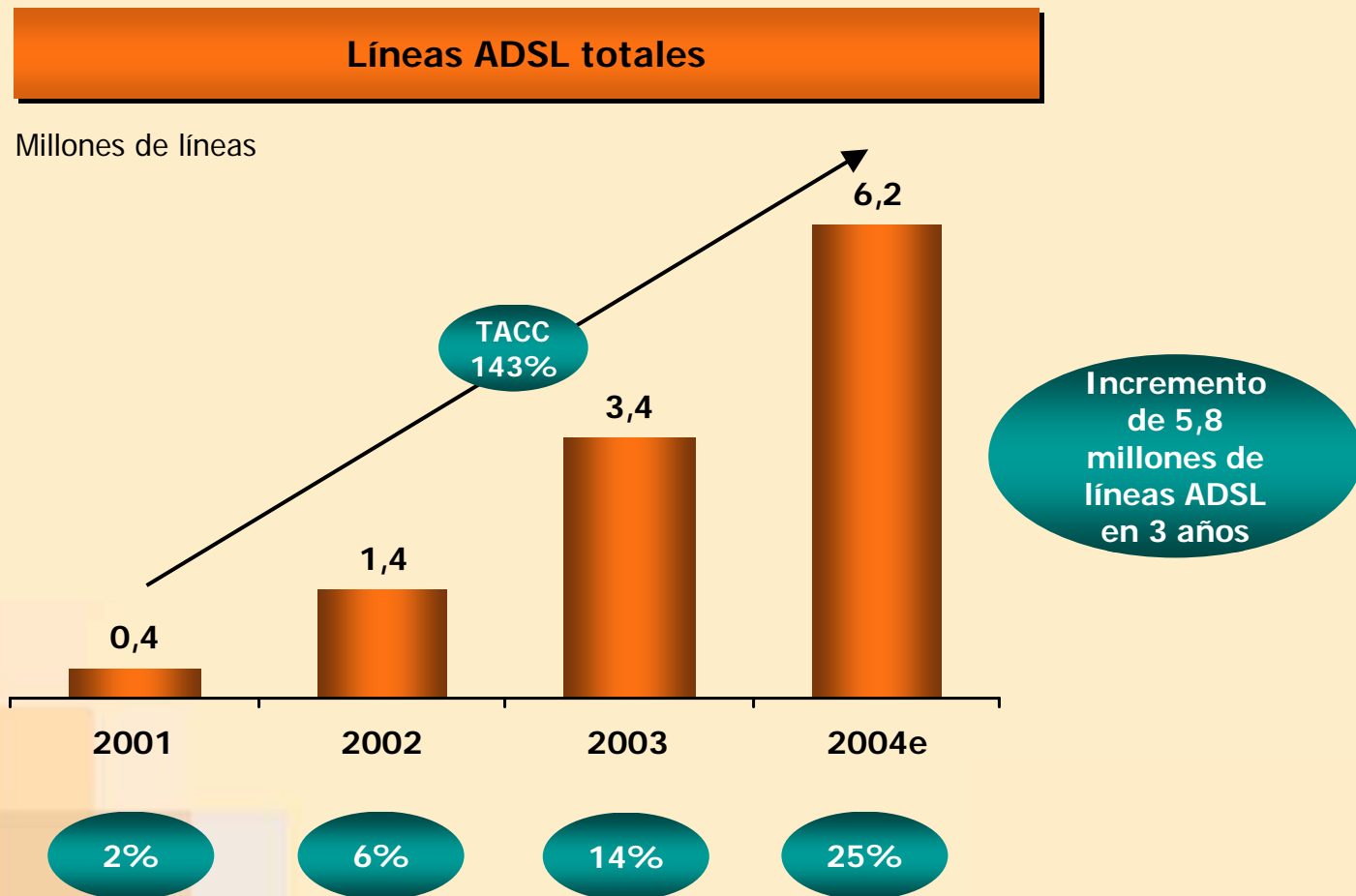


Incremento de 5,0 millones de líneas ADSL en 3 años

Penetración del ADSL sobre el total de hogares

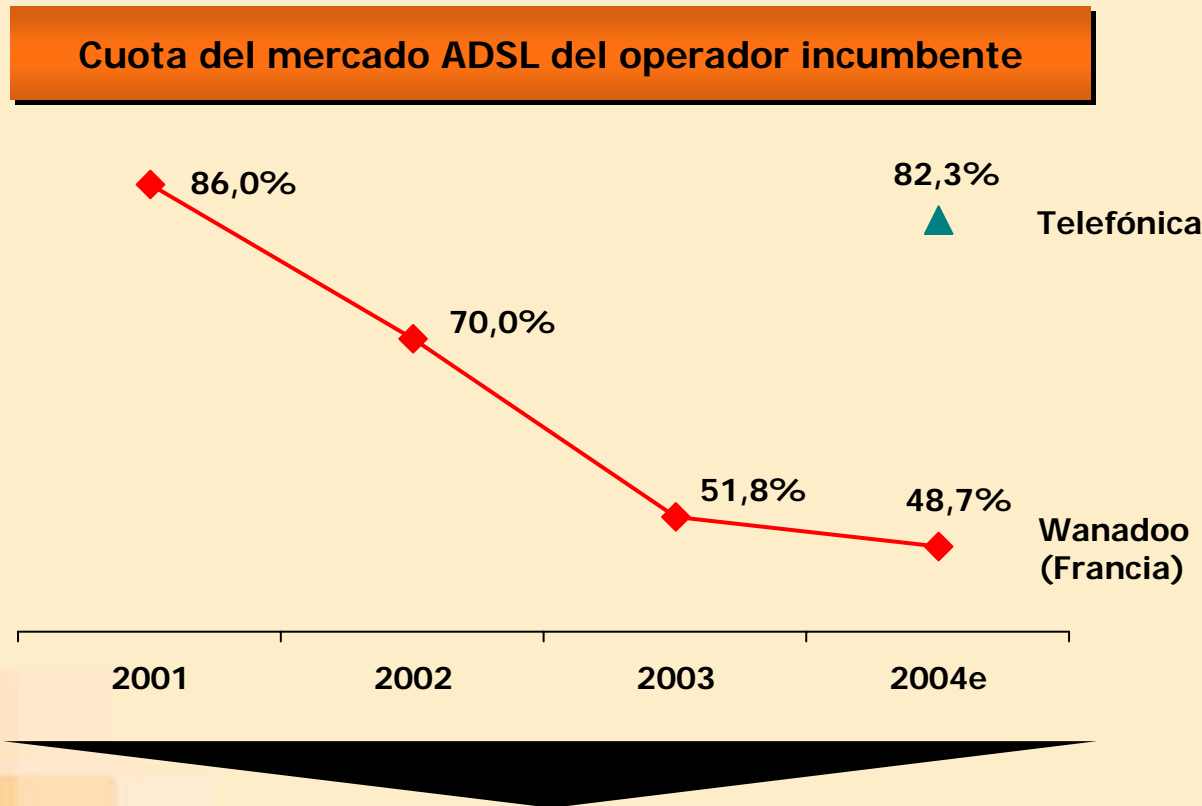
Fuente: KT

... y en Francia



Fuente: Exane; Credit Lyonnais; CAI Cheuvreux; INSEE

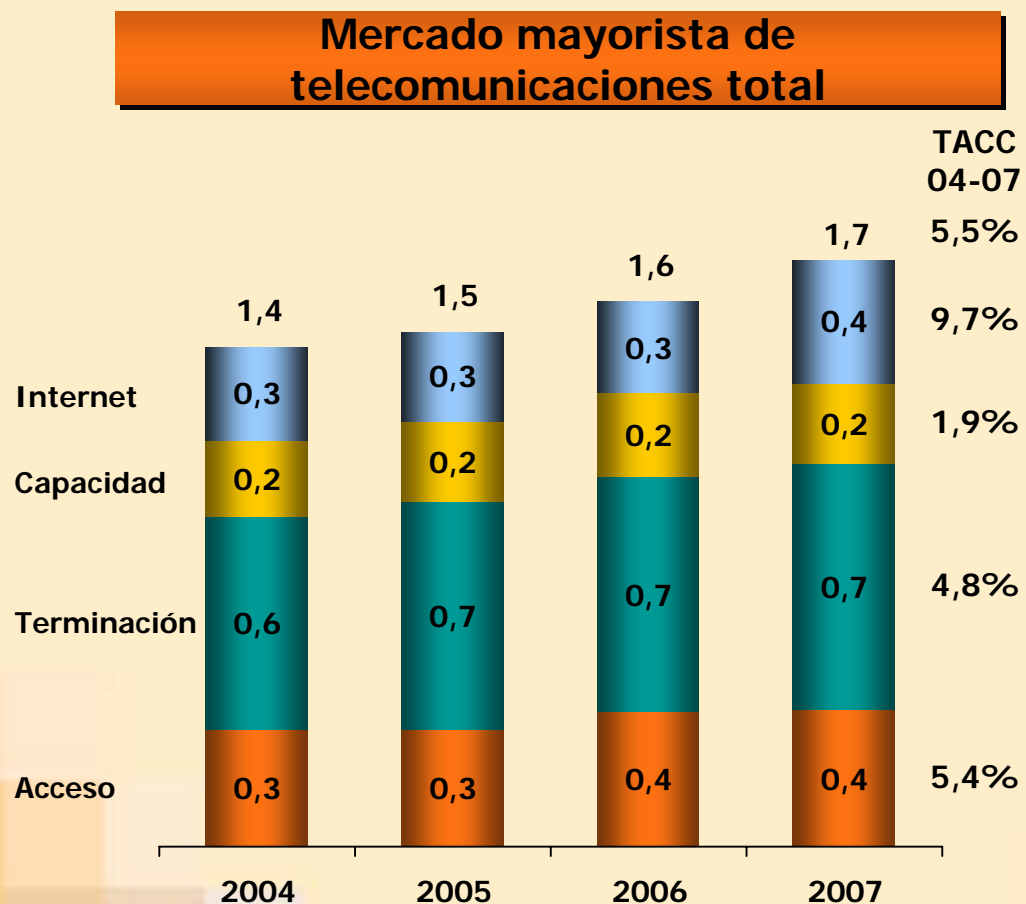
En estos mercados de alto crecimiento, los operadores incumbentes han perdido una parte significativa de su cuota del mercado ADSL



La competencia basada en infraestructura DSL propia y en la oferta de servicios "one-stop-shopping" incrementa la cuota de mercado de los operadores alternativos

El mercado de telecomunicaciones mayorista crecerá un 5,5% en los próximos 3 años

Miles de millones de euros

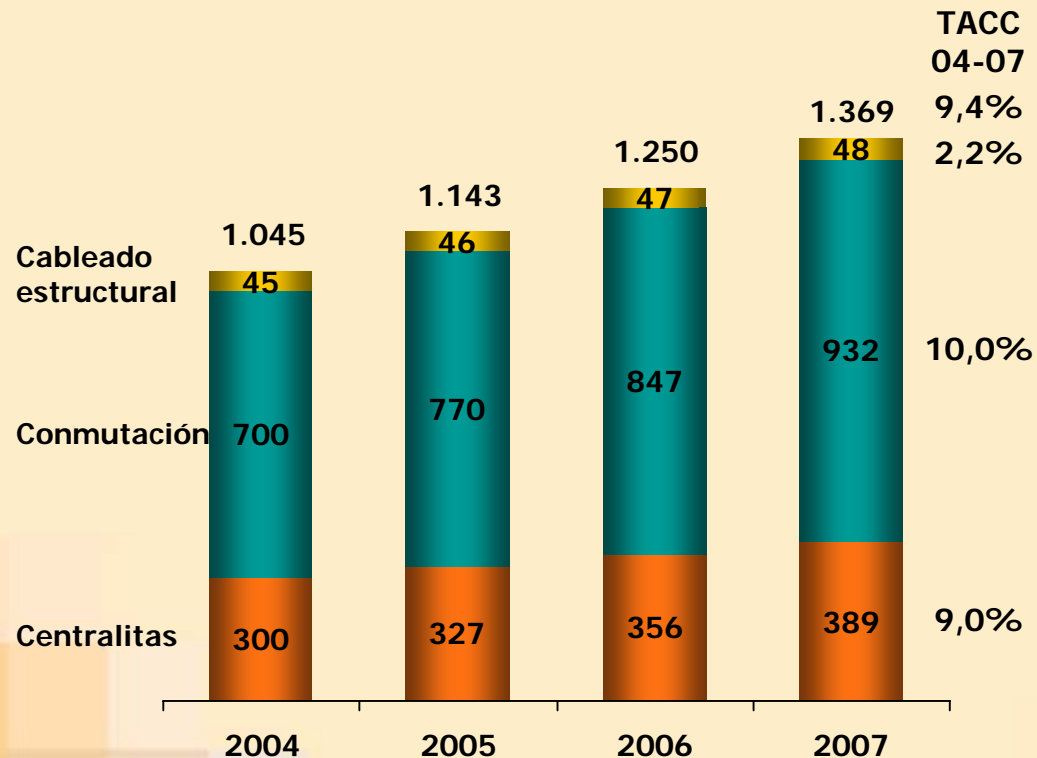


Fuente: Análisis JAZZTEL

El mercado de integración de redes crecerá un 9,4% en los próximos 3 años

Millones de euros

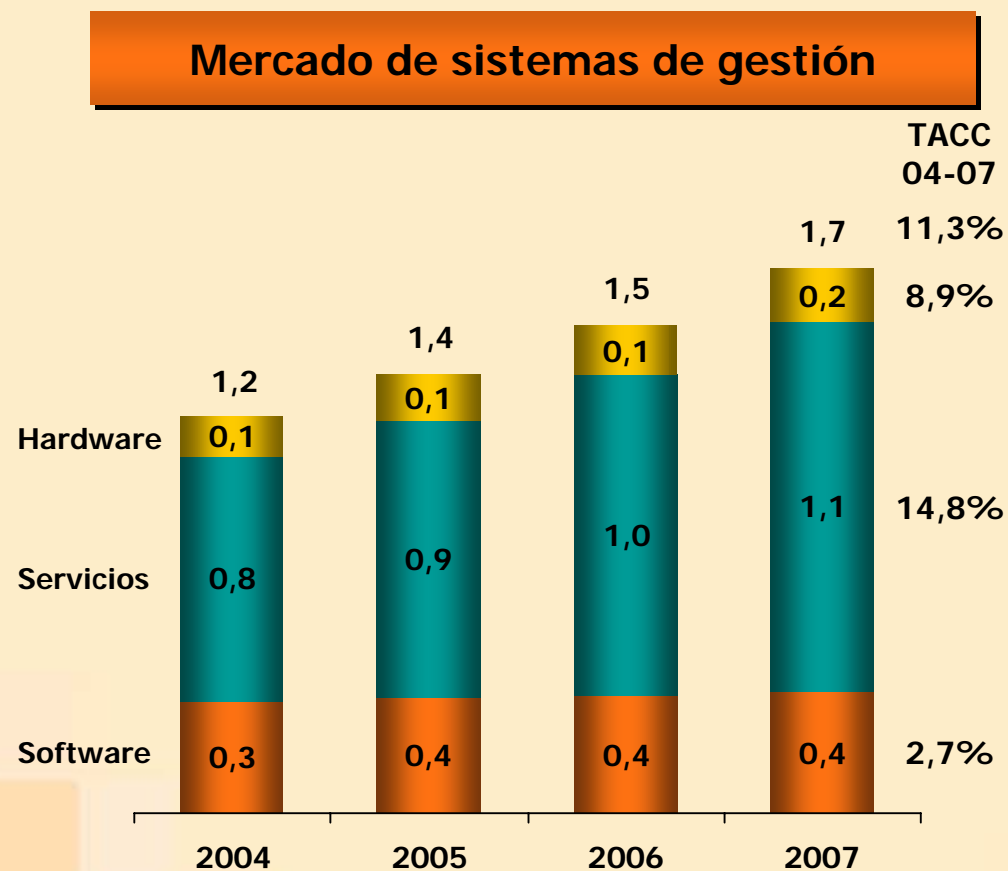
Mercado de integración de redes total



Fuente: Análisis JAZZTEL

El mercado de sistemas de gestión crecerá un 11,3% en los próximos 3 años

Miles de millones de euros



Fuente: Análisis JAZZTEL

Indice

I. Crecimiento del mercado

- Telecomunicaciones
- Integración de Redes
- Sistemas Informativos de Gestión

II. Estrategias de Penetración

III. Proyecciones del Plan de Negocio

IV. Conclusiones

Estrategia de penetración en el mercado de telecomunicaciones minorista

Despliegue de red

- **Propiedad de activos clave...**
 - A nivel red troncal (5.753 km)
 - Anillos metropolitanos (MANs) (2.718 km)
 - Centrales DSL: 87 a finales de 2004, más de 500 en 2005 y >600 en 2006, con capacidad para ofrecer triple-play (Internet, Voz y Video) y la mayoría conectadas con fibra propia, lo cual eleva el mercado potencial del 17% al 80% del mercado total en euros

Despliegue de red

- **... que permitirá a Jazztel ofrecer:**
 - Precios muy competitivos
 - Amplia gama de oferta de productos:
 - ADSL variable (2 - 20 Mbps)
 - Factura Única
 - VoIP
 - Wi-Fi
 - Servicios de Valor Añadido: TV de pago, VoD*, PVR**, juegos online, "in-home networking", seguridad, video conferencia, domótica

Marketing y Ventas

- **Inversión en publicidad de más de 3 millones de euros al mes concentrada en el mercado residencial y de empresas**
- **Lanzamientos de nuevos productos: un nuevo producto cada mes**

Marketing y Ventas

- **Incremento de la fuerza de ventas hasta 200 personas**
- **Incremento de la productividad de la fuerza de ventas mediante:**
 - El aprovechamiento de la venta cruzada entre Jazztel, Adatel y CCS
 - Formación comercial continua
 - Planes de incentivos abiertos
- **Duplicar la inversión en telemarketing en vez de mailing directo donde la infraestructura ULL haya sido desplegada**

Actualmente, el único operador alternativo de telecomunicaciones que cotiza en bolsa

- **Posibilidad de tener la sensación de propiedad en tu operador de telecomunicaciones**

Fuente: Jazztel

* VoD: Video on Demand

** PVR: Personal Video Recording

Estrategia de penetración en el mercado de telecomunicaciones minorista

Acceso Directo (ULL*)

Fin de año	2004	2005	2006
Centrales en servicio	87	>500	>600
% de líneas cubiertas	14%	>65%	>70%
% del mercado total en euros	17%	>70%	>80%

Ventajas

- El desarrollo de la tecnología permite ofrecer múltiples servicios, así como:
 - Precios reducidos
 - Mejores márgenes
 - Control de la calidad del servicio extremo a extremo
 - Factura única

Inconvenientes

- Inversión inicial requerida en equipos DSL y en apertura de centrales

* ULL: Unbundling Local Loop (Desagregación del Bucle Local)

Acceso Indirecto

Fin de año	2004	2005	2006
% del mercado total en euros	83%	<30%	<20%

Ventajas

- Acceso más rápido al mercado para la oferta de servicios
- Cobertura nacional

Inconvenientes

- Márgenes reducidos
- Dependencia del operador dominante en la calidad del servicio y en la innovación de producto
- Sin posibilidad de ofrecer factura única

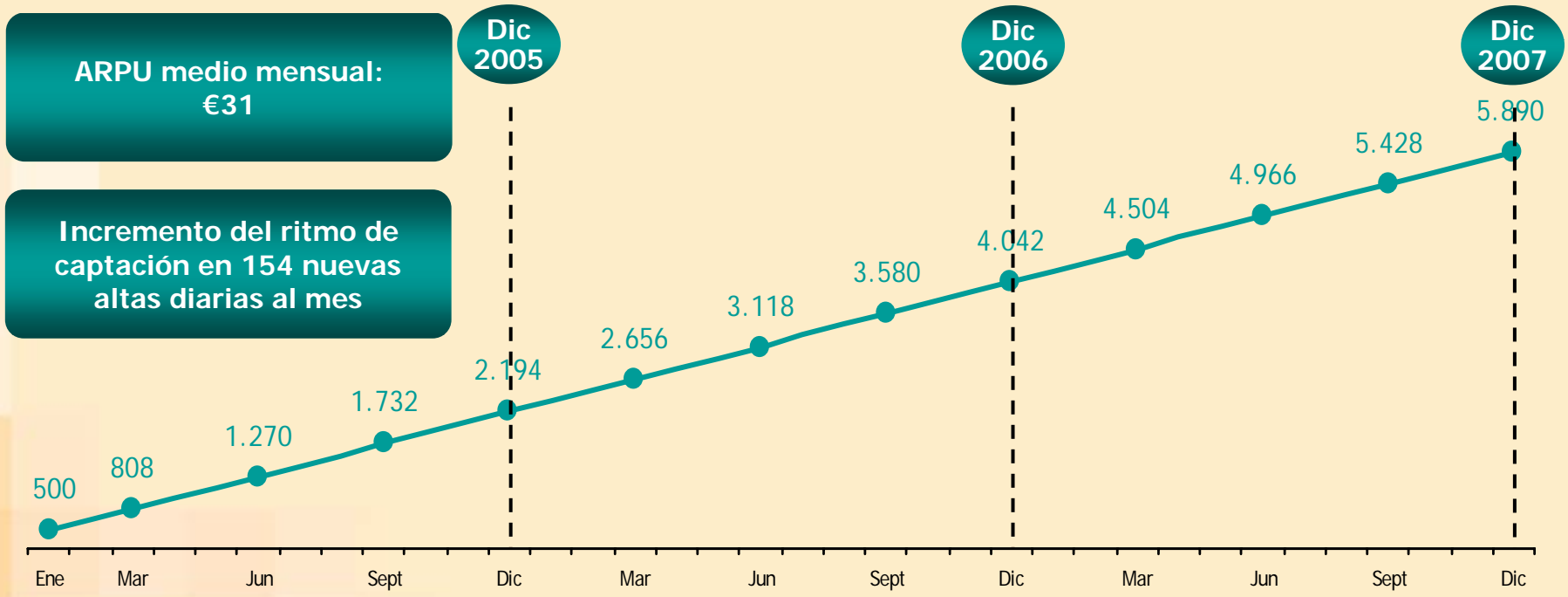
JAZZTEL

Penetración estimada de Jazztel para 2007 por tipo de acceso

	Mercado Total	Mercado Potencial de Jazztel	Penetración estimada	Total Ingresos (Millones de €)
Acceso Directo	€ 13,6 miles de millones	80%	>5,1%	>695
Acceso Indirecto	€ 3,4 miles de millones	20%	>1,0%	>35
				Total Ingresos Minoristas 2007
				€ >730 millones

Fuente: análisis JAZZTEL

El ritmo de nuevas altas diarias de clientes se incrementará paulatinamente



ARPU medio mensual:
€31

Incremento del ritmo de captación en 154 nuevas altas diarias al mes

% del mercado total (en euros) cubierto

17%

>70%

>80%

>80%

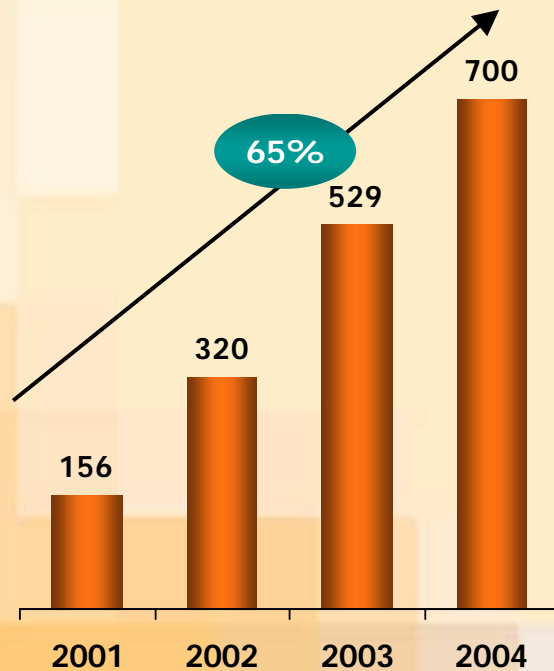
Lanzamiento de un nuevo producto al mes



Fastweb e Iliad ya lo han conseguido anteriormente

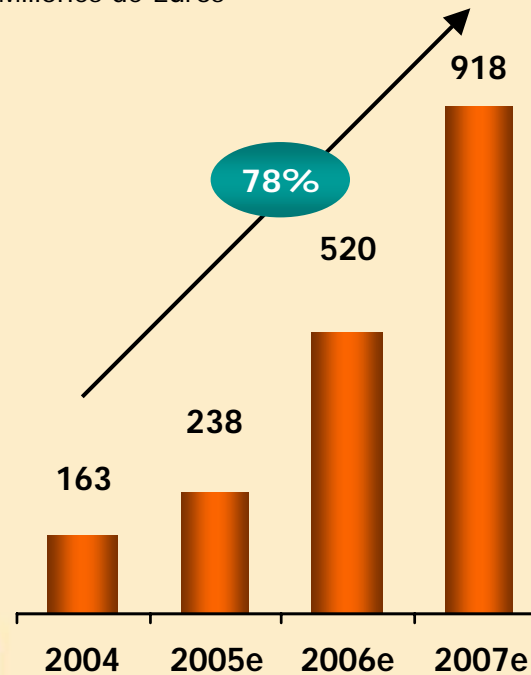
Ingresos de Fastweb (Italia)

Millones de Euros



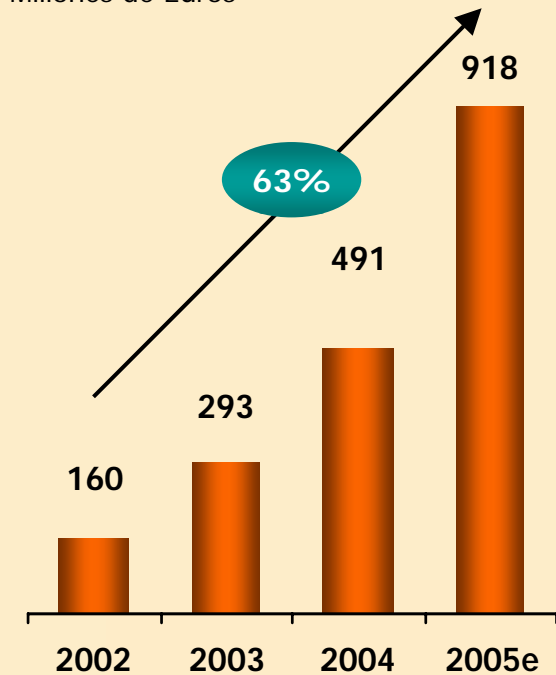
Ingresos de Jazz Telecom

Millones de Euros



Ingresos de Iliad (Francia)

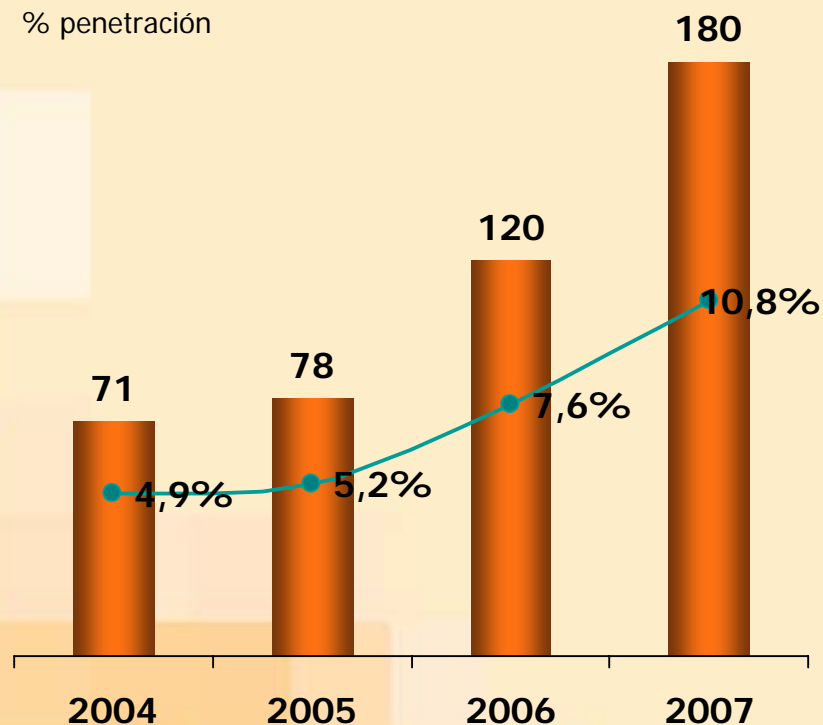
Millones de Euros



En el mercado de Telecom. mayorista, Jazztel alcanzará un 10,8% de penetración en 2007, con €180 Mio. de Ingresos

Proyecciones de Jazztel de Penetración e Ingresos

Millones de Euros
% penetración



Fuente: análisis JAZZTEL y Analysys Research

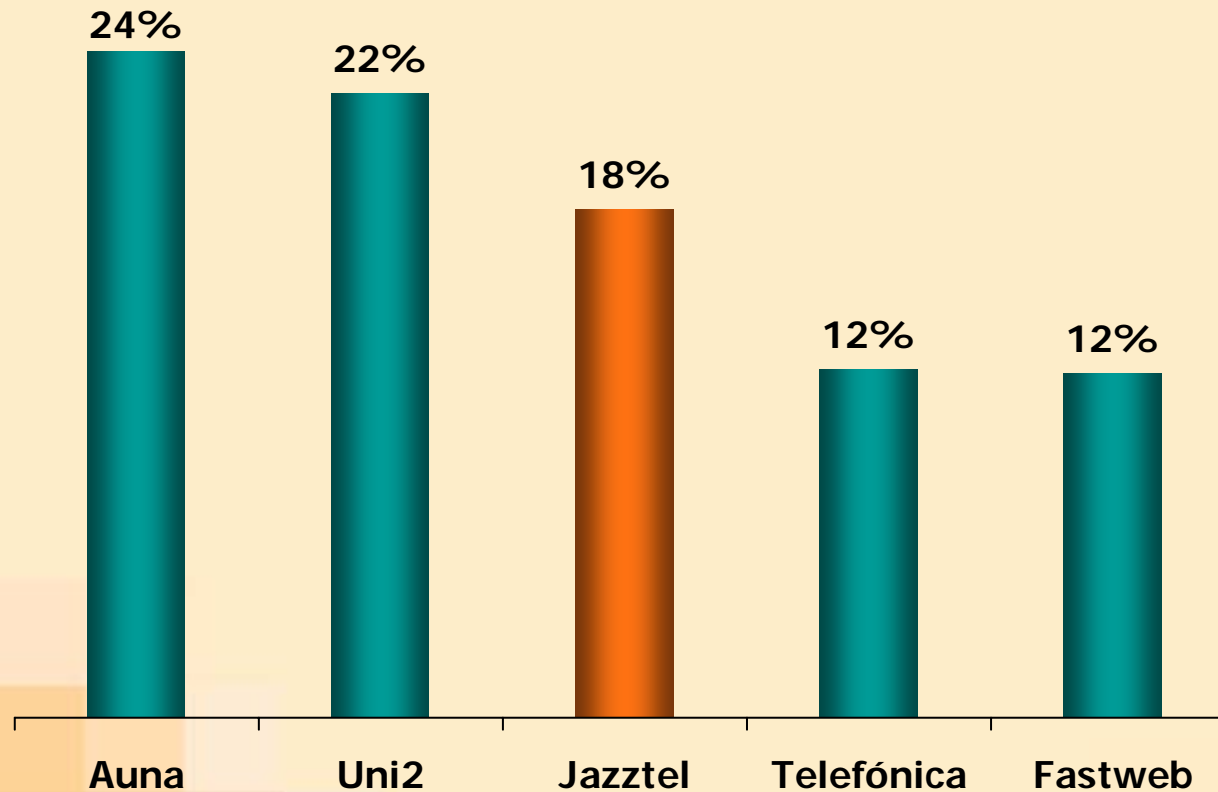
Estrategia Mayorista

- Despliegue de PoPs internacionales (Puntos de Presencia) adicionales
- Incremento de la interconexión nacional
- Nueva oferta mayorista de circuitos DSL sobre par desagregado
- Incremento de la fuerza comercial

JAZZTEL

% de venta mayorista sobre total ingresos en compañías comparables*

% ingresos mayorista sobre total Ingresos

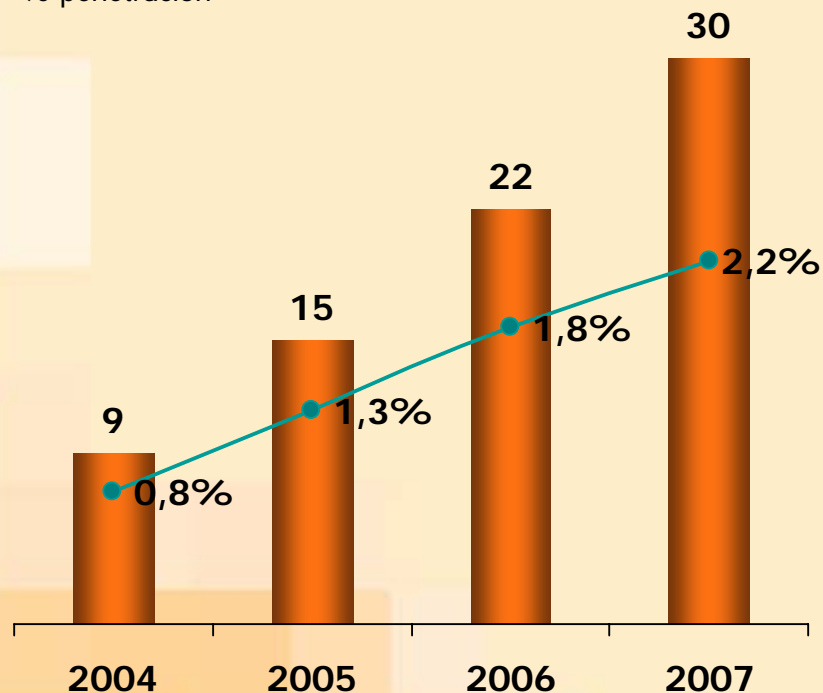


* Dato de Jazztel estimado para 2007; 2004 para el resto de operadores

En el mercado de Integración de Redes, Jazztel alcanzará un 2,2% de penetración en 2007, con €30 Mio. de Ingresos

Proyecciones de Adatel de Penetración e Ingresos

Millones de Euros
% penetración



Estrategia en el mercado de Integración de Redes

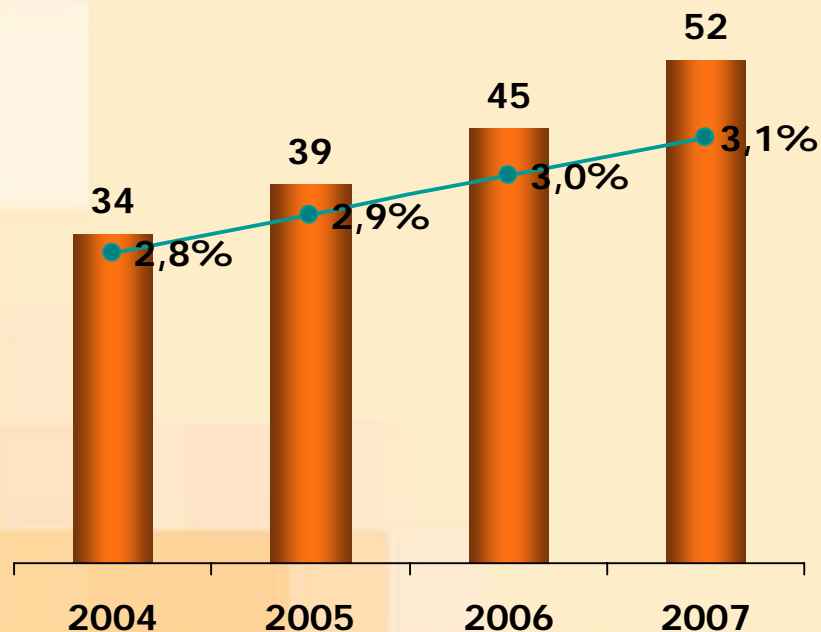
- Incremento de la fuerza comercial (hasta 200 vendedores generando oportunidades) y venta cruzada
- Creación de ofertas conjuntas de servicios de integración de redes y telecomunicaciones para las PYMEs

Fuente: análisis JAZZTEL y Analysys Research

En el mercado de Desarrollo de Software, Jazztel alcanzará un 3,1% de penetración en 2007, con €52 Mio. de Ingresos

Proyecciones de CCS de Penetración e Ingresos

Millones de Euros
% penetración



Fuente: análisis JAZZTEL y Analysys Research

Estrategia en el mercado de Desarrollo de Software

- Incremento de la fuerza comercial (hasta 200 vendedores generando oportunidades) y venta cruzada
- Creación de ofertas conjuntas de aplicaciones y servicios de telecomunicaciones para las PYMEs

JAZZTEL

Indice

I. Crecimiento del mercado

- Telecomunicaciones
- Integración de Redes
- Sistemas Informativos de Gestión

II. Estrategias de Penetración

III. Proyecciones del Plan de Negocio

IV. Conclusiones

Proyecciones de la Cuenta de Resultados

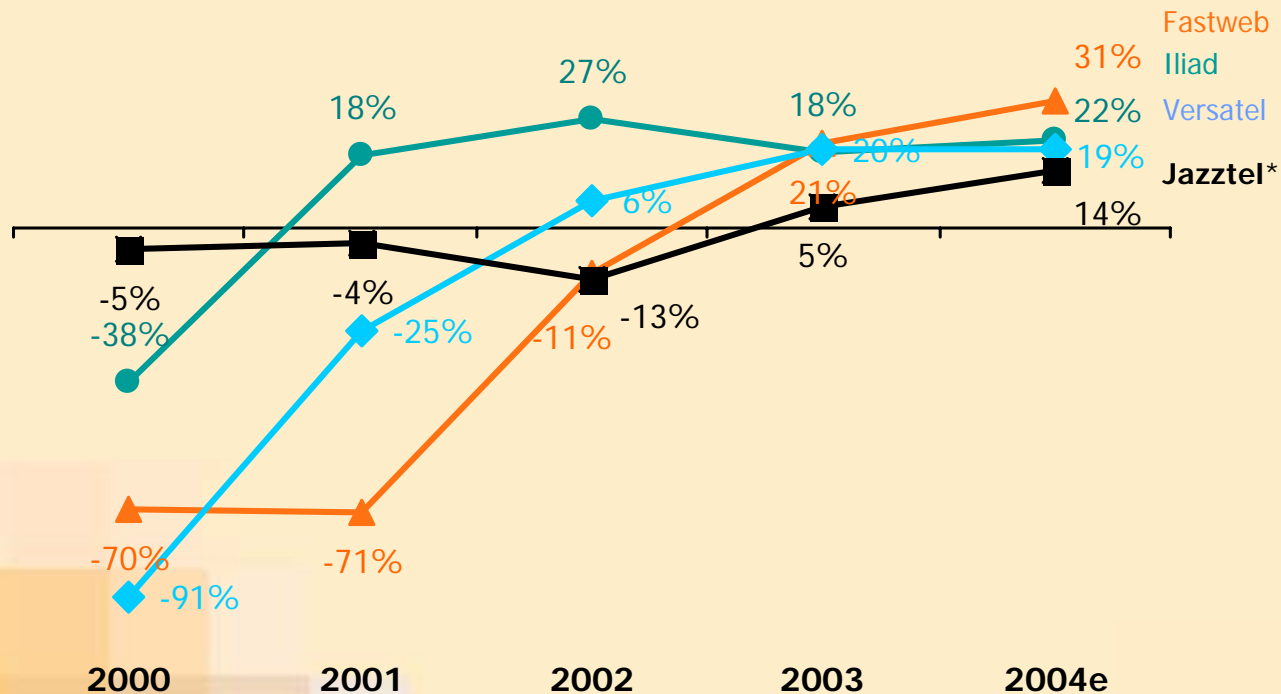
Millones de euros	2004*	2005	2006	2007
Telecom. Minorista	92	160	400	738
Acceso Directo	34	115	362	703
Acceso Indirecto	58	45	38	35
Telecom. Mayorista	71	78	120	180
Adatel	9	15	22	30
CCS	34	39	45	52
TOTAL INGRESOS	205	292	587	1.000
MARGEN BRUTO	86	121	247	427
<i>% sobre ingresos</i>	42%	41%	42%	43%
EBITDA	-10	-39	28	136
<i>% sobre ingresos</i>	-5%	-13%	5%	14%
BENEFICIO NETO	-97	-111	-1	52
<i>% sobre ingresos</i>	-47%	-38%	0%	5%
INVERSIONES	15	95	112	141
<i>% sobre ingresos</i>	7%	32%	19%	14%

* Los resultados de 2004 son preliminares y no auditados.

La evolución esperada del EBITDA es comparable con otros operadores alternativos europeos

Proyecciones de Margen EBITDA de Jazztel y operadores comparables

% sobre ventas



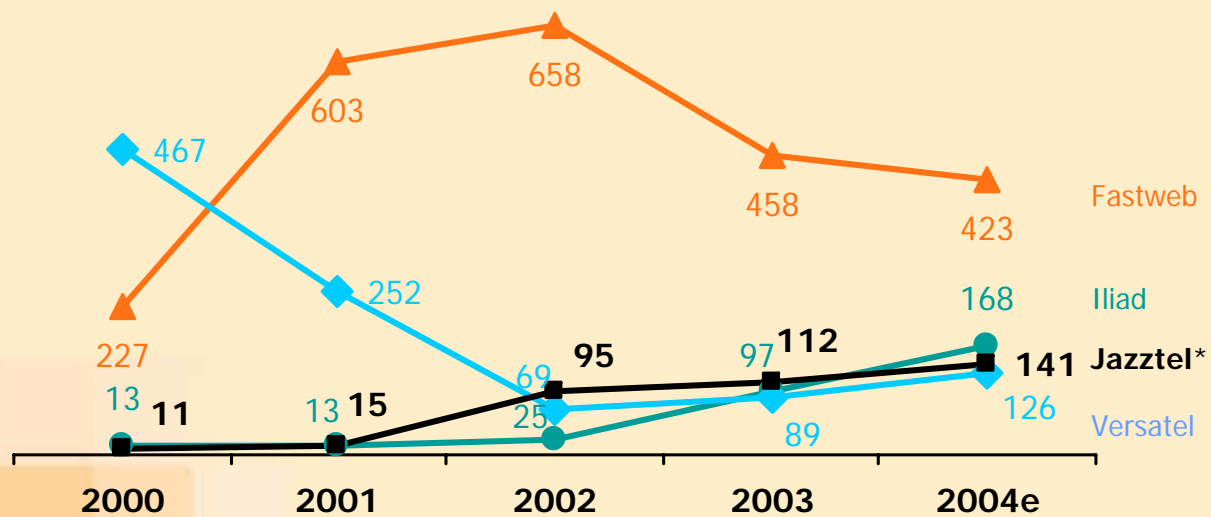
* Proyecciones de margen EBITDA de Jazztel para el período 2003-2007

JAZZTEL

El crecimiento esperado de la Inversión es comparable con otros operadores alternativos europeos

Proyecciones de Inversión de Jazztel y operadores comparables

Millones de Euros



* Proyecciones de inversión de Jazztel para el período 2003-2007

JAZZTEL

Indice

I. Crecimiento del mercado

- Telecomunicaciones
- Integración de Redes
- Sistemas Informativos de Gestión

II. Estrategias de Penetración

III. Proyecciones del Plan de Negocio

IV. Conclusiones

Conclusiones

- **La entrada de Leopoldo Fernández Pujals ha cambiado la dinámica de Jazztel**
- **Este cambio permitirá a Jazztel crecer en cada uno de los mercados en los que opera, a través de:**
 - Despliegue de infraestructura
 - Incremento del Marketing y de la fuerza comercial
 - Desarrollo en varios mercados: Telecomunicaciones Minorista y Mayorista, Integración de Redes y Desarrollo de Software
 - Calidad del servicio e innovación de la oferta: precios competitivos, capacidades triple-play (Internet, Voz & Contenidos), lanzamientos continuos de nuevos productos y compromiso de atención al cliente
- **El crecimiento proyectado muestra la rentabilidad del modelo**

JAZZTEL

JAZZTEL

Muchas Gracias