

Telefónica en Latinoamérica: traduciendo inversión en crecimiento y desarrollo

9º Foro Latibex

César Alierta

Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A

Madrid, 21 de noviembre de 2007



01

La apuesta y compromiso de
Telefónica en Latinoamérica

02

Excelentes perspectivas de
crecimiento a futuro de la región

01 A principios de los 90' Telefónica anticipó la realidad de crecimiento que es hoy Latinoamérica ...

Ingresos Telefónica Latinoamérica

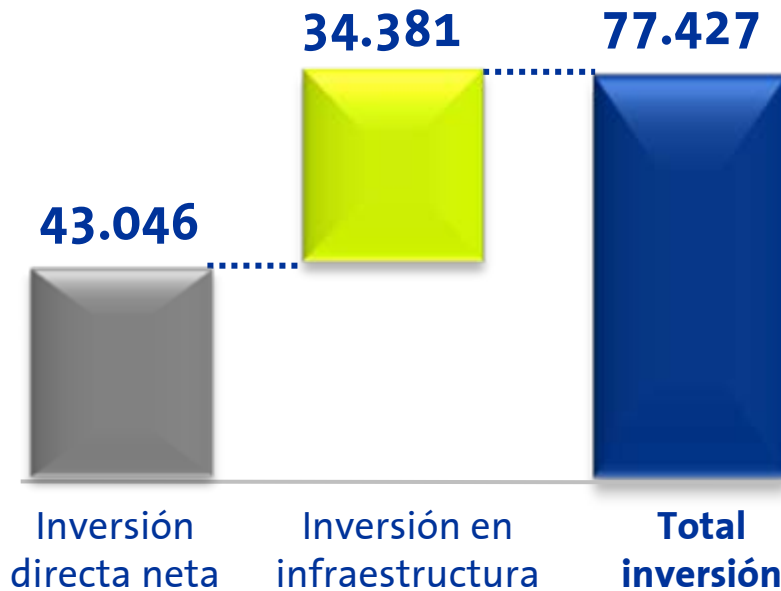
Miles de millones €



**Latinoamérica
representa ~35% de
los ingresos del
Grupo Telefónica**

01 ... con un fuerte compromiso de inversiones a lo largo de los años ...

Inversión de Telefónica en Latinoamérica 1990-2006 (Millones de euros)



Accesos Telefónica en Latinoamérica (Septiembre 2007)

4,7 Mill. ADSLs
19x cifra de 2001



95 Mill. móviles
27x cifra de 1998



24 Mill. líneas fijas
2x cifra de 1998



Mayor inversor extranjero en la región de cualquier industria

01 ...que se ha traducido en un continuo crecimiento de nuestra base de clientes acelerándose en los últimos años

Accesos Totales (Millones)	Diciembre 2004	Septiembre 2007	Crecimiento Sept07/ Dic04
 Argentina	10,7	18,8	76%
 Brasil	41,9	46,6	11%
 Centroamérica*	2,1	5,0	145%
 Chile	7,6	9,1	20%
 Colombia	3,3	10,1	207%
 Ecuador	1,1	2,6	136%
 México	5,6	11,1	96%
 Perú	5,7	11,2	97%
 Uruguay	0,2	1,1	n.a
 Venezuela	4,3	9,8	127%
TOTAL	82,6	126	52%

 Países donde Telefónica tiene presencia desde el 2004

* Incluye accesos de El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá

Servicios



Móvil



Fijo



B.Ancha



TV de pago

01 Este crecimiento y diversificación es reflejo de nuestra clara vocación multidoméstica

Ilustrativo



vivo DOWNLOADS
Tudo que você precisa para deixar o seu celular com a sua cara

Telefônica Trio

Ligações locais à vontade (Fixo-fixo) + Speedy + TV por assinatura

1 2 3 4

¡Dale Papá, tengamos Banda Ancha!



Duo BANDA ANCHA
MENSUALES ADICIONALES
\$9.900*

EN LA VIDA HAY DECISIONES FÁCILES DE TOMAR.
Con Banda Ancha en tu hogar tus hijos tendrán la oportunidad de descubrir un mundo nuevo y fundamental: Internet y el mundo digital.
Por eso, ahora comienza tu línea fija en un Duo Banda Ancha por sólo \$9.900 adicionales al mes.

Opción 1: Teléfono inalámbrico + Wi-Fi gratis. Opción 2: Teléfono inalámbrico + Wi-Fi gratis + TV por cable.

www.telefonica.cl



Telefônica
telecom

Telefônica TV Digital
trae 10 canales de audio en tu Plan de Entrada



Entérate aquí

Telefônica TV Digital

Del 12 al 15 de noviembre disfruta por el canal 600, la retransmisión exclusiva de las mejores series de HBO.

Suscríbete llamando al **01 8000 930 930**
www.telefonica.com.co/televisiondigital

1 2 3

Con Duo tengo dos temas menos en la cabeza

Contrátalo por aquí y el 1º mes es gratis



Solicita Speedy con Kit es fácil y más rápido.

Mandale un mensaje a tus amigos.




Un Club a lo grande.
Eso es Club Speedy.



Club Speedy

www.speedy.com.ar/clubspeedy




¡Durante 60 días!
Chevrolet Optra OKms.



Compra un OT-C701a

y obtén dos boleros para vestir completamente gratis la mejor fiesta en el World Trade Center capital de México para el 8 de noviembre 2007. Además la línea en CD de más años de AT&T 2003, 10 minutos a 100 pesos, presénta la factura o el recibo de compra en: Mr. Chapulcan: 511 Col. Santa de los ríos a viernes de 9 a 10 y de 16 a 18 hrs.

blanko: jones



Nuevo movistar Plan 50.
Arma tu selección.

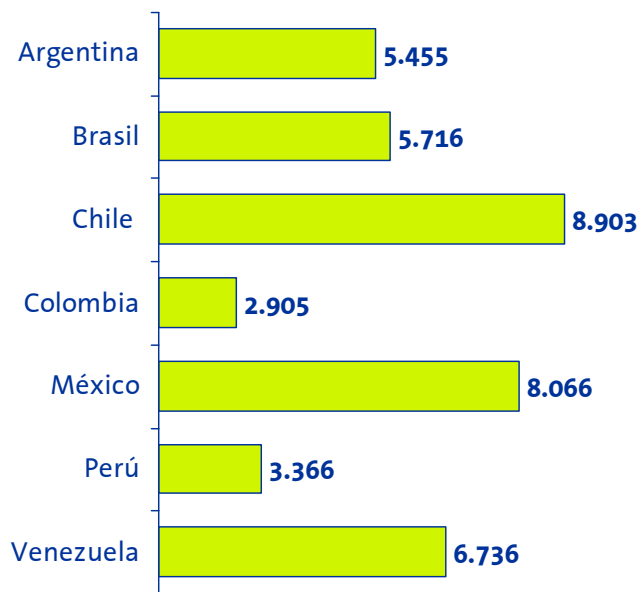
Contrata y habla **GRATIS** de por vida a 10 números nacionales movistar mexcel a fijos.

Por sólo **\$179** (IVA incluido) + **Además GRATIS** la playera oficial de la Selección Nacional.

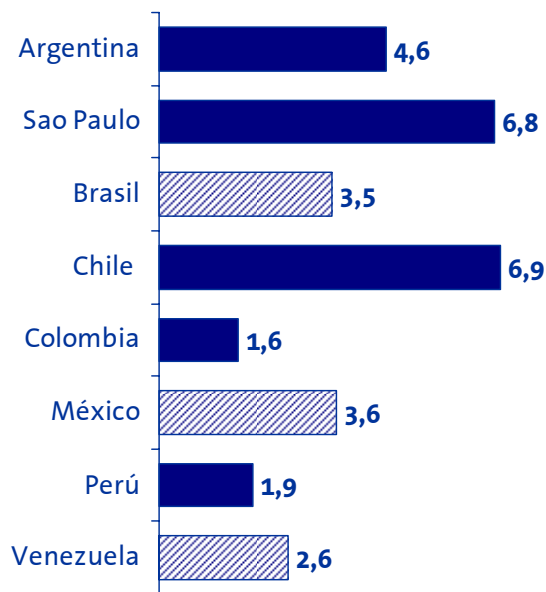
Y si ya eres cliente, muestra "7" para activar el módulo de tu número. Una exclusiva más de movistar.

01 Telefónica se ha convertido en motor del progreso de la Sociedad de la Información en los países a través de los negocios donde estamos presentes ...

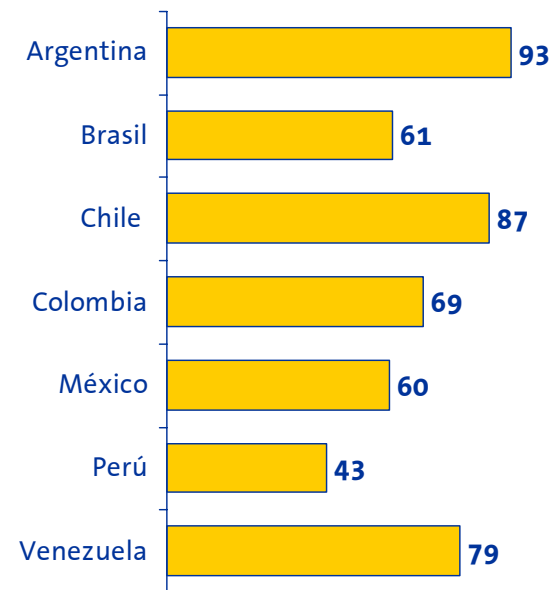
PIB per cápita¹ 2006
(\$US Corrientes)



Penetración Banda Ancha² por habitante (Jun'07) (%)



Penetración Móvil³ por habitante (Sep'07) (%)



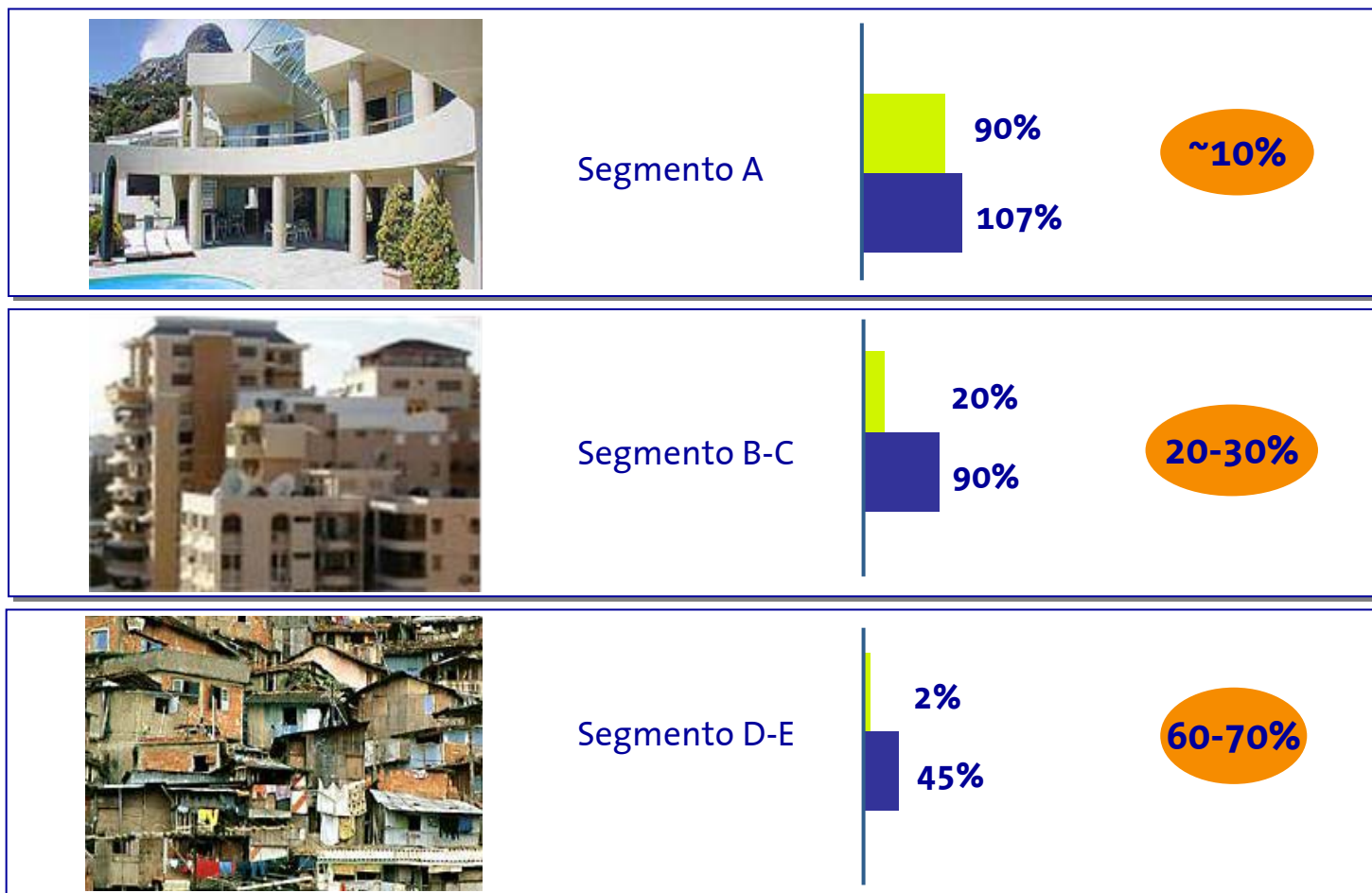
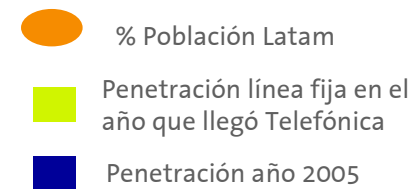
1. Fuente: FMI

2. Fuente: Point Topic, excepto para Sao Paulo (fuente interna para accesos B.A e IBGE para población)

3. Fuente interna

01 ... acercando las telecomunicaciones a todos los niveles socioeconómicos

Ejemplo: Penetración Telefonía fija
Promedio región por estratos



01 Nuestro modelo de gestión regional e integrado, único caso entre operadores en Latinoamérica

- Organización regional orientada por segmento de cliente
- Única tecnología móvil en todos los países (GSM)
- Las marcas más valoradas en la región
- Centros de competencia regionales para nuevos productos y servicios
- Procesos homogéneos para el desarrollo de productos y servicios
- Centralización de la gestión de la red fija en un único centro ubicado en Sao Paulo
- Sistemas comerciales unificados para la región (facturación y cobro)



Despliegue de la red GSM en Brasil en 6 meses

Lanzamiento oferta de TV en Chile, Colombia y Brasil en menos de 6 meses

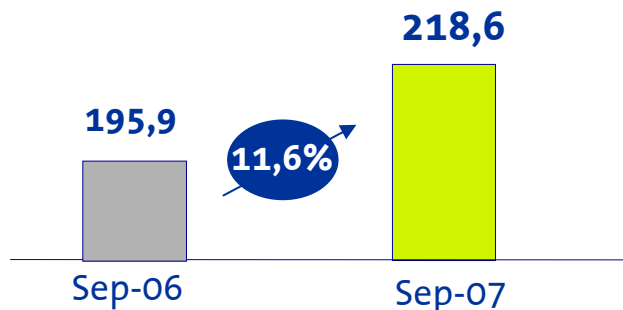
T-Latam instala ~6.000 accesos de Banda Ancha al día

Incremento del tráfico internacional 2006 vs. 2002
X 15

01 Telefónica Latinoamérica representa hoy un tercio del negocio total de Telefónica

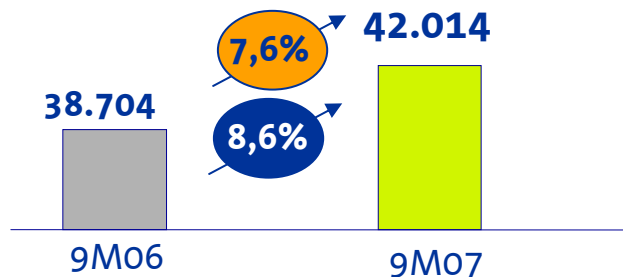
Resultados Total Telefónica (Septiembre 2007)

Accesos
(Millones)



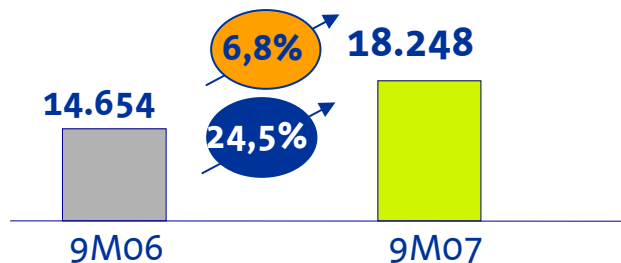
58%
Latam

Ingresos
(Millones €)



35%
Latam

OIBDA
(Millones €)



29%
Latam

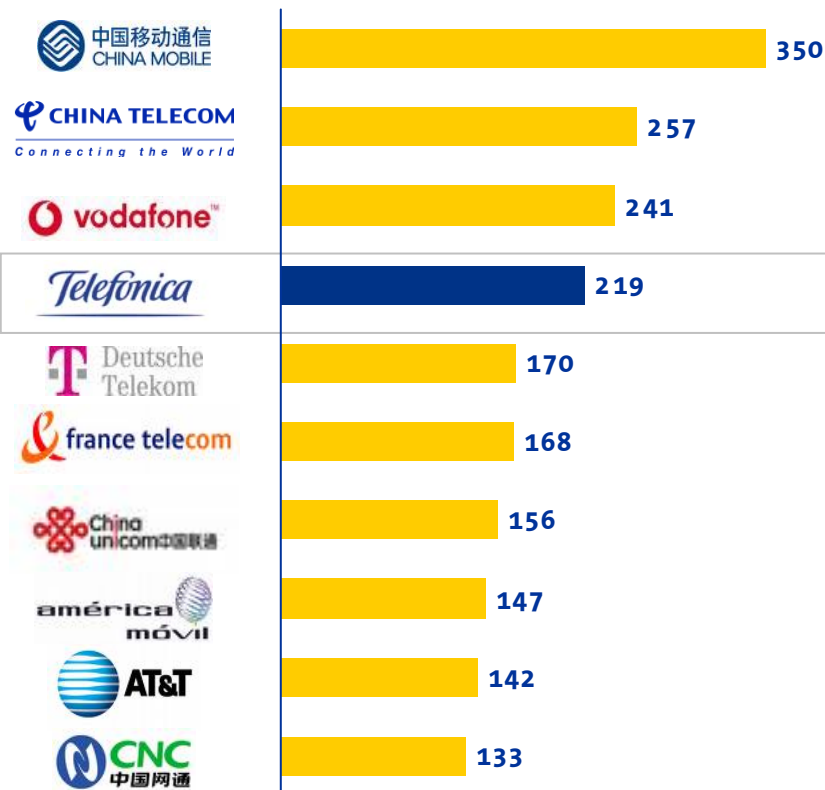
 Cto.Orgánico *

 Cto.Total

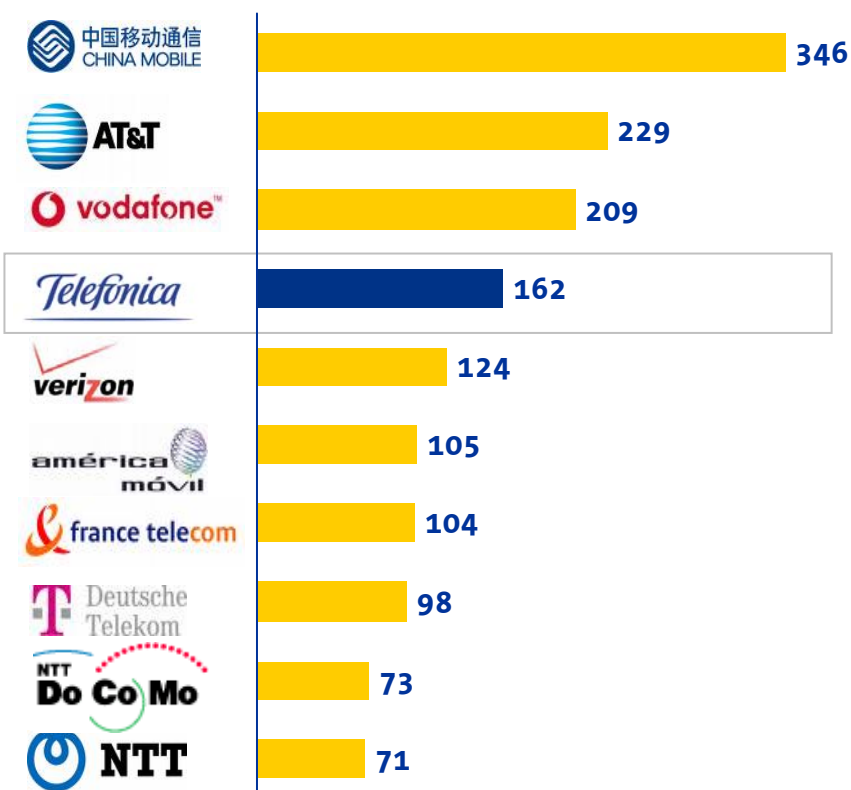
* A tipo de cambio constante incluyendo la consolidación de Telefónica O2 República Checa en enero-sept. 2005 y el grupo O2 en feb-septiembre 2005. Excluye la consolidación de Colombia Telecom en mayo-septiembre 2006 y de Iberbanda en julio-septiembre 2006.

01 La aportación de Latinoamérica ha sido decisiva para convertir a Telefónica en un grupo líder de telecomunicaciones...

Top 10 Operadores de telecomunicaciones
MM de accesos septiembre de 2007



Top 10 Operadores de telecomunicaciones
Capitalización bursátil 19/Nov/2007 –
Bn US\$



01 ... y en una de las mayores compañías del mundo por capitalización bursátil

Ranking mundial de empresas por capitalización bursátil. 19-nov-07 (bn US\$)

#	Company	Market Cap	#	Company	Market Cap
1	Petrochina	857,2	26	Johnson&Johnson	193,4
2	Exxon Corp.	459,5	27	Bank of America	190,0
3	General Electric	385,7	28	Wal-Mart Stores	185,0
4	China Mobile	345,8	29	Chevron Corp	179,5
5	Ind & Comm Bank of Chin	341,3	30	Cisco Systems	179,5
6	Microsoft Corp.	317,7	31	China Shenhua	168,0
7	Gazprom	302,8	32	Telefónica	161,8
8	Royal Dutch	256,9	33	Citigroup Inc.	159,4
9	China Petroleum	241,4	34	Co. Vale do Rio Doce	155,8
10	AT&T	228,9	35	Altria Group Inc.	155,5
11	China Construction Bank	227,8	36	Pfizer Inc.	155,1
12	Procter & Gamble	226,2	37	Nokia	154,5
13	BP Plc.	224,6	38	Roche	154,4
14	Electricite de France	223,9	39	Rio Tinto Plc.	150,0
15	China Life	217,7	40	Intel Corp.	147,2
16	Berkshire Hathaway	211,4	41	Coca Cola Co.	144,0
17	Petrobas	211,0	42	Apple Computer	143,5
18	Bank of China	209,1	43	Novartis	143,2
19	Vodafone Group	209,0	44	ENI SPA	142,6
20	HSBC	202,2	45	IBM	140,9
21	BHP Billiton Ltd.	200,9	46	AIG	140,4
22	Toyota Motor	200,2	47	E.ON AG	140,2
23	Google Inc	195,8	48	JPMorgan	139,0
24	Nestle	193,8	49	Santander	135,0
25	Total SA	193,5	50	Glaxo Smith	131,9

01

La apuesta y compromiso de
Telefónica en Latinoamérica

02

Excelentes perspectivas de
crecimiento a futuro de la región

02 Latinoamérica vive un momento macroeconómico único en su historia ...

Por primera vez en los últimos 40 años crecen simultáneamente las 7 principales economías de Latinoamérica

Crecimiento PIB,
moneda constante

CAGR 06-08E

Chile



5,5%

Argentina



6,5%

Venezuela



5,5%

Peru



6,6%

Brazil



4,3%

Mexico



3,4%

Colombia



5,6%

**PIB per cápita de Latinoamérica (PPP):
CAGR 06-10E >5,7 %**

■ **>75% del PIB de Latinoamérica en países con expectativas de “investment grade” en 2010**

■ **15 millones de nuevos hogares de clase media en el periodo 2006-2010E**

Latin America's middle class

Adiós to poverty, hola to consumption

Aug 16th 2007 | SÃO BERNARDO DO CAMPO

From *The Economist* print edition

Faster growth, low inflation, expanding credit and liberal trade are helping to create a new middle class



The
Economist

02 ... donde el entorno regulatorio e institucional se mantiene estable

**Un mayor entorno de seguridad jurídica en
Latinoamérica**

**Un mejor marco regulatorio del sector para
favorecer las inversiones de crecimiento y
desarrollo en la región**

02 Latinoamérica será la región de mayor crecimiento relativo en el sector de las telecomunicaciones a nivel mundial hasta 2010

CRECIMIENTO DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES CAGR 06-10E



Latinoamérica

7,8 %



Asia Emergente *

7,1%



Europa Central y del Este

6,9%



Africa

5,8%



EE.UU y Canadá

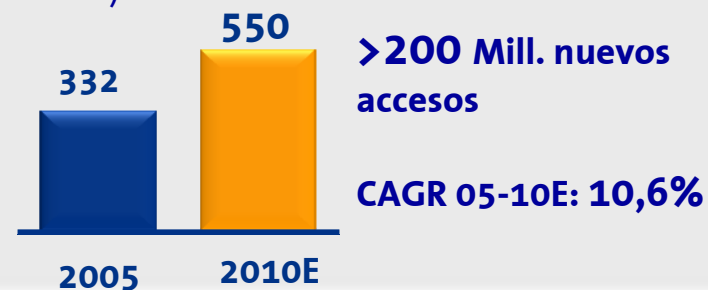
1,2%

SECTOR TELECOMUNICACIONES EN LATINOAMÉRICA

Gasto TIC *
(Mm de €)



Accesos totales**
(Millones)



Fuente: IDC

* Excluye Japón, Corea, Hong Kong, Singapore y Taiwán

*Fuente: Telefónica

**Fuente: IDATE

02 ... donde la banda ancha y la movilidad serán las palancas del crecimiento y Telefónica uno de sus principales impulsores

PENETRACIÓN MÓVIL¹



	Dic-06	Dic-10E	Incremento Penetración 06-10E
Total Latam	56%	~83%	+ 27 p.p.

Crecimiento del
mercado móvil
en LatAm¹

+ 140/160 millones
de móviles adicionales

Clientes
potenciales
de Telefónica

+ 55/60 millones de
móviles adicionales

PENETRACIÓN BANDA ANCHA



	Dic-06	Dic-10E	Incremento Penetración 06-10E
Total Latam	10%	~23%	+ 13 p.p.

Crecimiento del
mercado de
Banda Ancha en
LatAm¹

+ 18/19 millones de
accesos de Banda
Ancha adicionales

Clientes
potenciales de
Telefónica

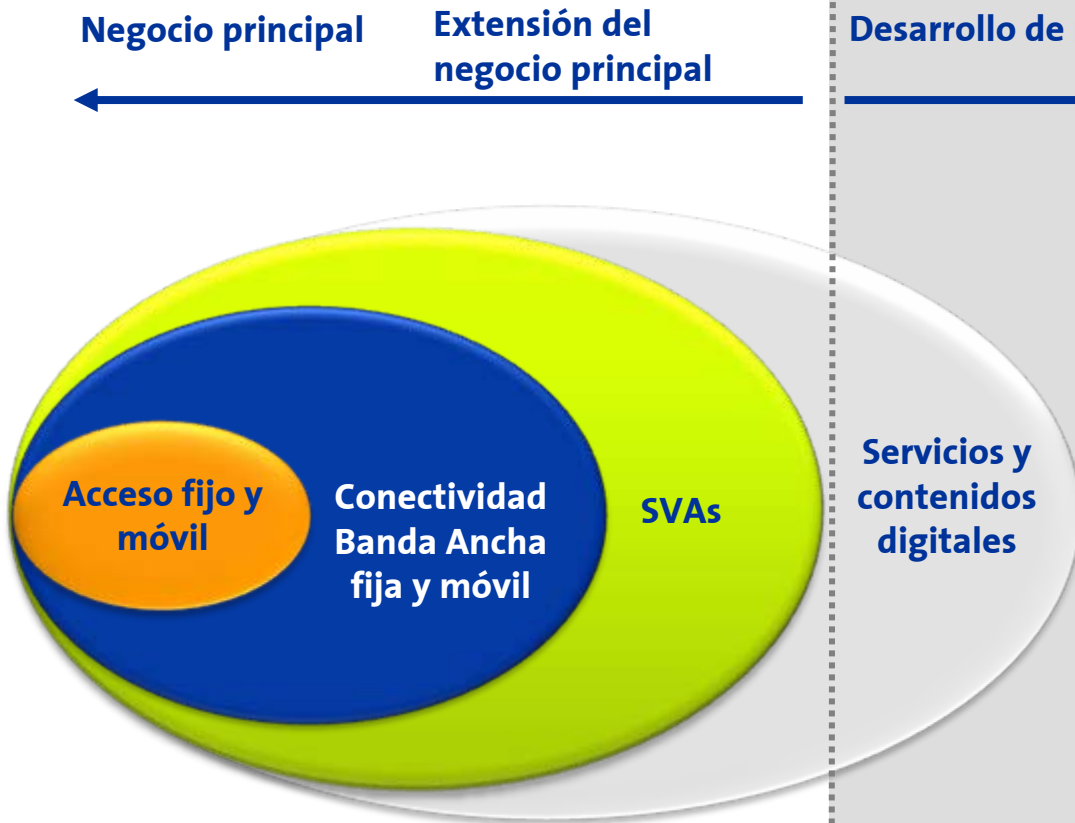
+ 4/5 millones de
accesos de Banda
Ancha adicionales

1.- Fuente: Estimación de Telefónica

02 Telefónica Latinoamérica aportará más del 60% del crecimiento de accesos de Telefónica en los próximos 4 años



02



Desarrollo de nuevos negocios

- **Impulsando el uso de los servicios de datos móviles** (búsqueda, mensajería instantánea, música,...)
- **Más de 2 Millones de clientes adicionales de TV pago a 2010**



- **Atrayendo audiencia online:**
 - Internet TV + Música (Terra TV, Pixbox)
 - Comunidades
 - Facilitando la generación de contenidos por los usuarios
 - **Soluciones integradas para empresas**
 - PCs: equipo + mantenimiento
 - Desarrollo de puestos de trabajo
 - “Kit Automación Comercial”
- 
- The Terra logo is located in the bottom right corner of the slide. It consists of the word "terra" in a lowercase, sans-serif font, followed by a stylized, colorful cube icon. The cube is composed of several colored segments: red, orange, yellow, green, and blue, arranged in a way that suggests a three-dimensional object.



02 Nuestra confianza en el crecimiento sostenido de la región nos permite fijarnos unos ambiciosos objetivos de crecimiento

	CAGR 06-10E ¹ TELEFÓNICA	CAGR 06-10E ¹ T. LATAM
INGRESOS	+5%/+8 %	+10%/+13 %
OIBDA	+7%/+11 %	+12%/+17%
CAPEX (Millones de €)	< 33.000 Cum (07E-10E)	14.000 – 16.000 Cum (07E-10E)

...con un programa de inversión en Latinoamérica de entre 14.000 y 16.000 millones de euros

(1) CAGR 06-10E el Guidance asume tipos de cambio constantes 2006. Todas las cifras excluyen cambios en el perímetro de consolidación aparte de la adquisición de Telemig (50% a través de la participación de TEF en Vivo), TVA y Deltax (República Checa)

02 Unido a un claro compromiso por la mejora del nivel de vida de las personas y del progreso de las sociedades

EXCELENCIA EN LA EDUCACIÓN

Programa de excelencia en la **educación primaria y secundaria** mediante el uso de las TIC

educared

ACCIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN

Programa para la **escolarización de niños trabajadores** en Latinoamérica

proniño

CREACIÓN-DIFUSIÓN CONOCIMIENTO

Apuesta por I+D+i

Foros de debate, creación de **conocimiento y formación avanzada** sobre las TIC

forum

VOLUNTARIADO

Programa para la **movilización solidaria de empleados**

voluntarios
Telefónica

proniño

Programa lanzado en colaboración con 38 prestigiosas ONG's de la región
Vamos a tener **50.000 niños** en el programa a finales del 2007



02 Telefónica es un aliado clave para el desarrollo futuro de Latinoamérica

- Mantenemos un **compromiso a largo plazo con la región**
- Somos los **mayores inversores privados**
- Nuestras operadoras son importantes **generadores de empleo** directo e indirecto
- Somos **catalizador del crecimiento** económico y del **progreso de la Sociedad de la Información**
- Apostamos por la **mejora social**, promoviendo la **inclusión digital**
- **Generamos valor** para los países en los que operamos

Telefónica como aliado estratégico de Latinoamérica

Telefónica
