



JAZZTEL:
Resultados de 2007 y previsiones
preliminares para 2008

José Miguel García (CEO)
Ramón Quintero (CFO)



Madrid,
27 Febrero 2007



Este documento contiene proyecciones de futuro. Dichas afirmaciones comportan riesgos, incertidumbres y otros factores que pueden ser causa de que los resultados efectivos de nuestra actuación en el futuro sean sustancialmente diferentes de los sugeridos o descritos en esta presentación. Estos factores incluyen, entre otros, cambios en la regulación por parte del gobierno; cambios en las condiciones económicas o de negocio en nuestros mercados; aumento de la competencia; cambios en la tecnología de telecomunicaciones; y nuestra capacidad para obtener financiación adecuada.



Introducción: Resumen de la actividad desarrollada en 2007

JAZZTEL

PROCESOS-CALIDAD

Enero-Mayo



- Jazztel se ha focalizado en la calidad y en consolidar un modelo de negocio ágil y optimizado
- Asegurar la plataforma de atención al cliente, y enfocarse hacia los clientes de ULL

CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

Mayo-Agosto



- Actualización de la oferta de productos basándose en las necesidades de los clientes
- Mejora de la propuesta de valor y de la rentabilidad: "calidad a buen precio"
- Esfuerzo hacia la excelencia en la atención al cliente
- Rentabilización de los activos

VUELTA AL CRECIMIENTO- VENTAS

Agosto-Diciembre



- Las nuevas estrategias "Go to market" y la calidad del servicio han servido para incrementar los clientes
- Este crecimiento se está manteniendo mes a mes



- Incremento en 18.775 clientes de la base de ADSLs contratados en el T4 (crecimiento del 8% vs el T3)

- EBITDA positivo alcanzado por tercer trimestre consecutivo, cerrándose el año con un EBITDA acumulado de -3 € millones, comparado con -136.7 € millones en el 2006.

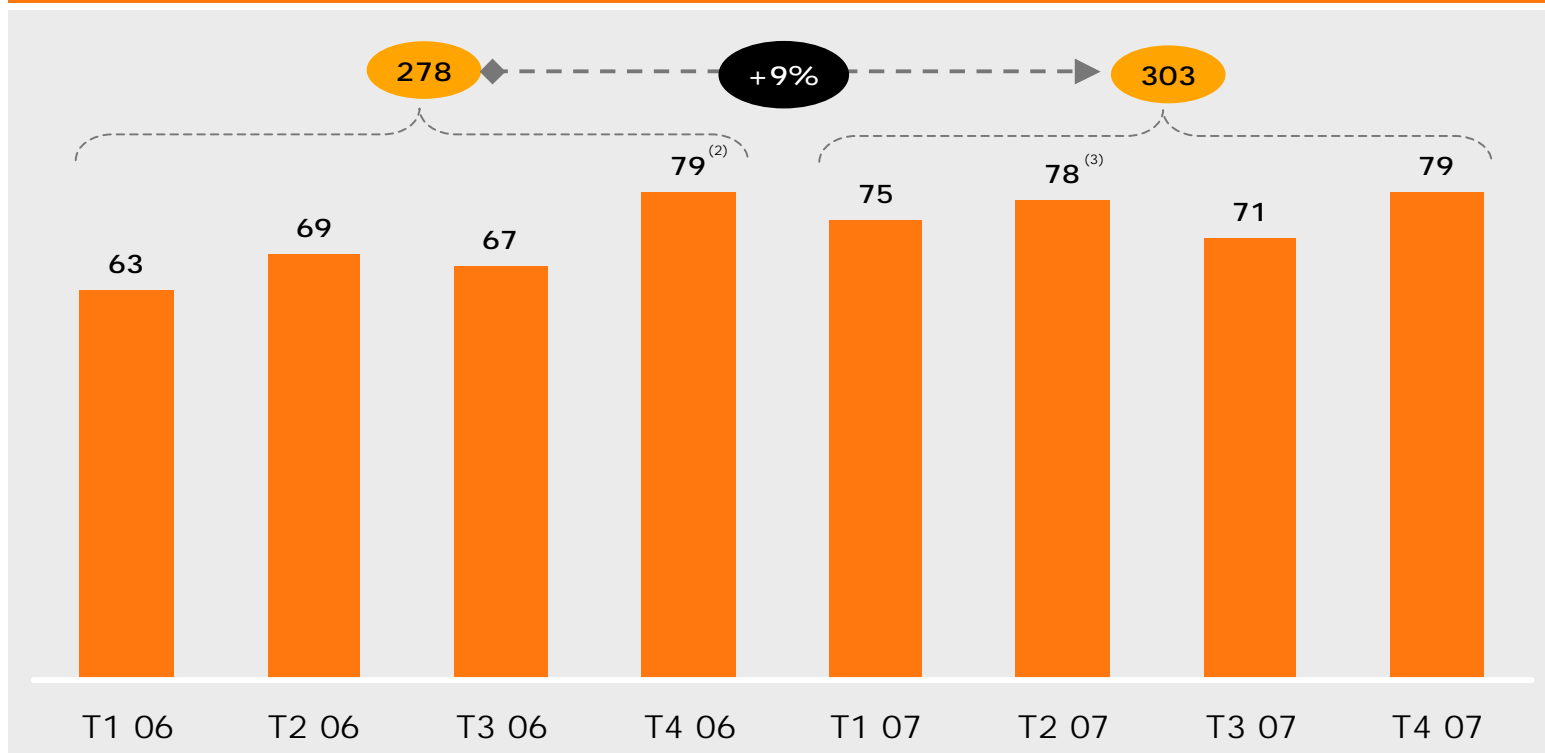
- Los ingresos totales de la compañía crecieron un 9% en el 2007
 - Los ingresos de Internet y Datos aumentaron un 19%



Crecimiento sostenible de los ingresos

JAZZTEL

Ingresos trimestrales - m€ (1)



JAZZTEL ha incrementado sus ingresos anuales en un 9%, a pesar del foco durante la primera mitad del año en consolidar su estructura interna de costes y sus procesos.

- (1) Figuras Proforma excluyendo CCS
- (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
- (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios

“Internet & Datos” como la principal fuente de crecimiento y valor para Jazztel ..



	Origen del crecimiento de ingresos	Relevancia en ingresos de Jazztel (%)	Relevancia en EBITDA de Jazztel (%) ⁽¹⁾
Internet & Datos	<p>€ m</p> <p>2006: 110, 2007: 132 (+19%)</p>	45%	77%
Voz	<p>€ m</p> <p>2006: 63, 2007: 59 (-6%)</p>	20%	6%
Mayorista	<p>€ m</p> <p>2006: 96, 2007: 100 (+4%)</p>	35%	17%

(1) Gastos generales alocados proporcionalmente a los ingresos para calcular el EBITDA de cada línea de negocio



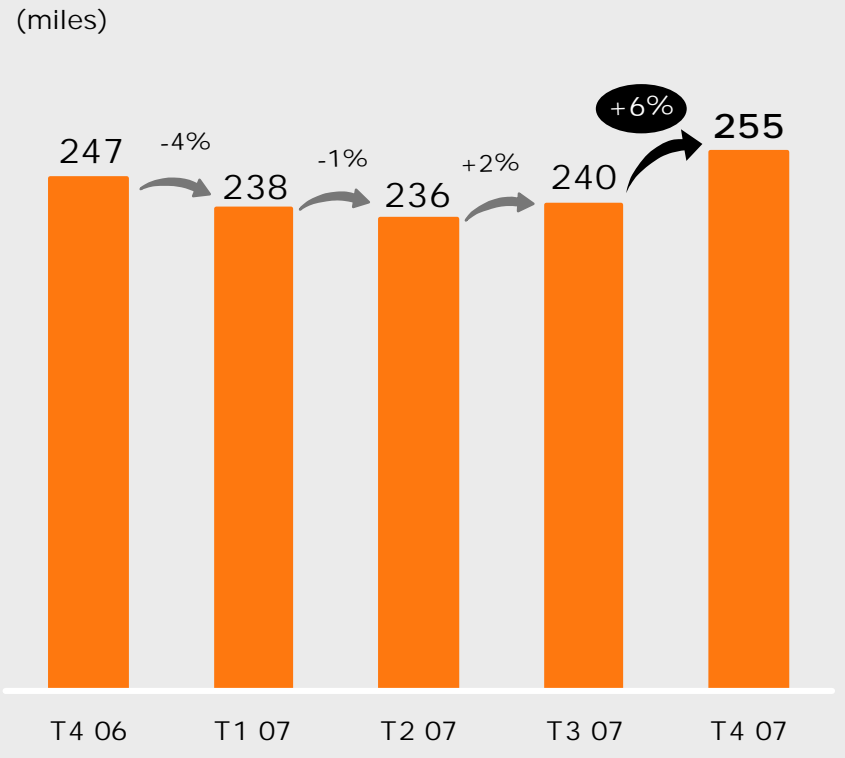
La erosión del precio de la voz ha tenido un impacto limitado, ya que el EBITDA de la compañía procede principalmente de los datos.



Tendencia positiva del crecimiento de clientes

JAZZTEL

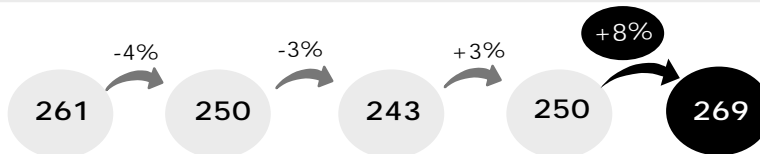
Base activa de clientes ADSL



**Importante
crecimiento de
clientes en el último
trimestre**

*15.186 clientes
activos/
18.775 clientes
contratados*

Contratados
(‘000s)



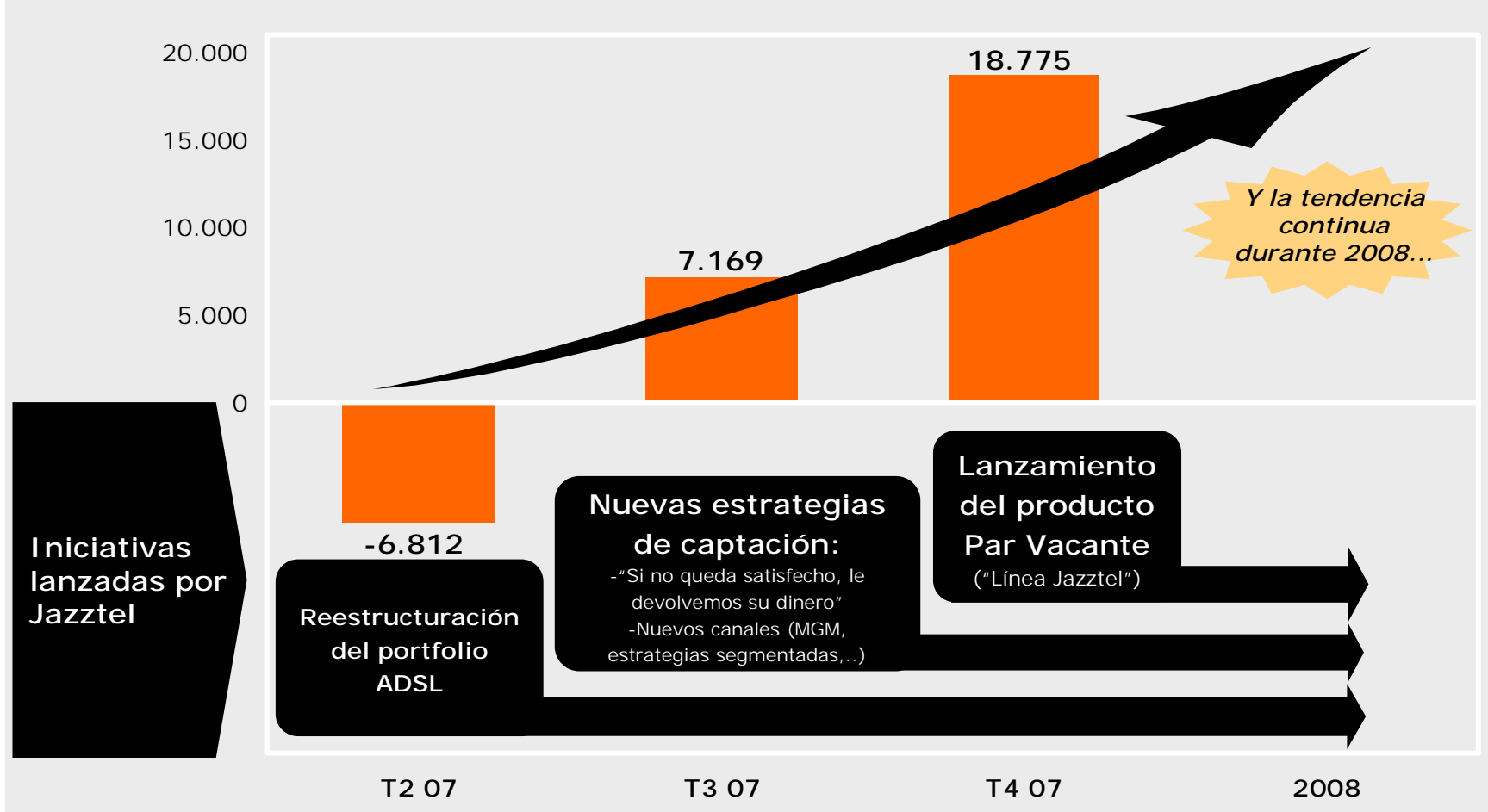
Crecimiento de las bases de clientes activos y contratados mes a mes (6% and 8% respectivamente).



Tendencia positiva del crecimiento de clientes

JAZZTEL

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



Fuente: datos internos de Jazztel

Las estrategias de marketing y captación aceleran el crecimiento de clientes para el 2008.

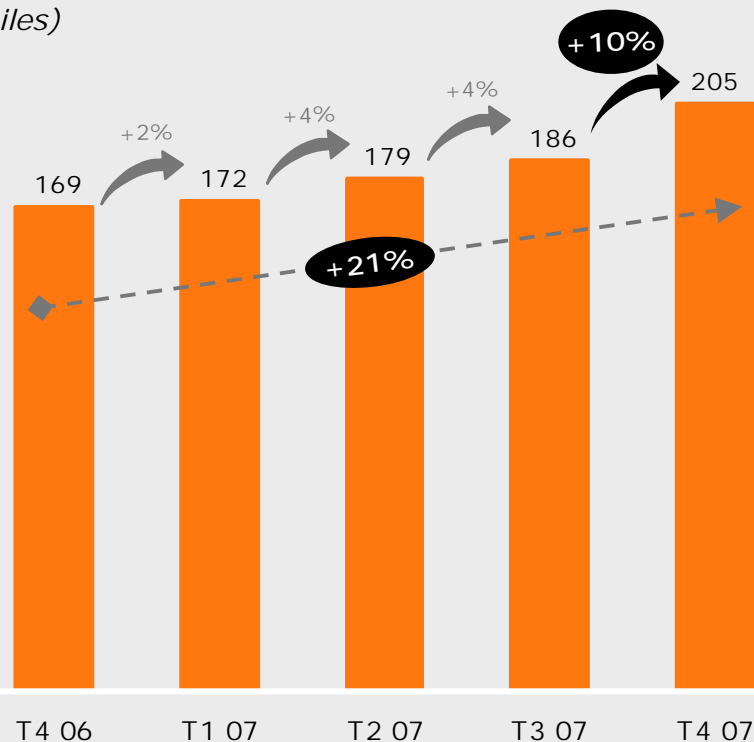


Tendencia positiva del crecimiento de clientes

JAZZTEL

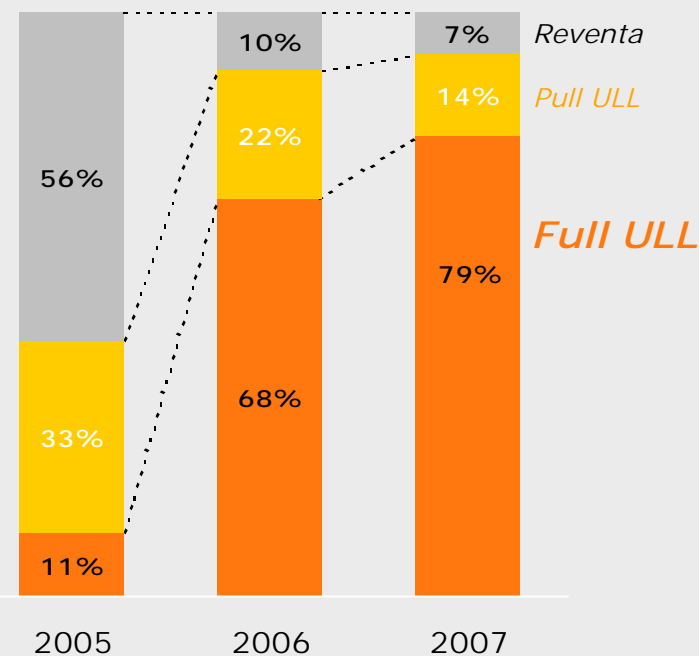
Clientes activos Full ULL (factura única) ⁽¹⁾

(miles)



Evolucion tipología de clientes ADSL

% clientes activos



El foco de Jazztel sobre el modelo de negocio Full ULL aseguran: mejores ingresos, mejores márgenes, niveles de churn más bajos y la independencia del incumbente.

(1) Jazztel Incluye aquí todos sus clientes de "factura única", aunque la mayoría son FULL ULL. También se incluyen desde SEP 07 los clientes de "FULL solo voz". "Full solo voz" al final de cada periodo: 1.428 en T3, y 5.050 en T4



Ventaja competitiva del modelo FULL ULL

Full ULL vs otros productos (1)

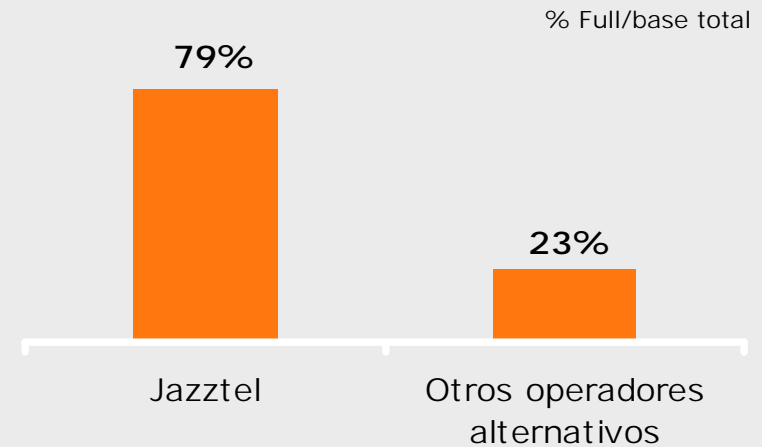
	Margen (€)	Probabilidad de fuga	Valor del cliente
Full ULL	1	1	1
Pull ULL	3/4	X2	1/2
Reventa	1/3	X3	~0

Full ULL es con gran diferencia el producto más rentable del mercado..

Fuente: datos internos de Jazztel

(1) Todos los valores indexados a FULL=1

% de clientes FULL ULL



..y Jazztel lidera su provisión en España, con un 35% de cuota de mercado.

Fuente: datos de la CMT, Diciembre 07



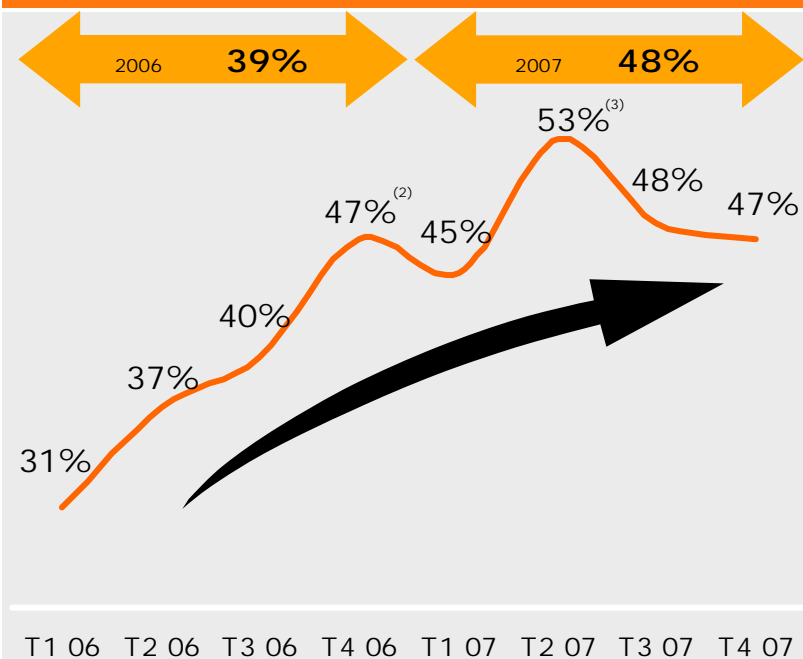
El liderazgo de JAZZTEL en ULL genera una mayor rentabilidad (mejora anual del margen en 9 puntos porcentuales)



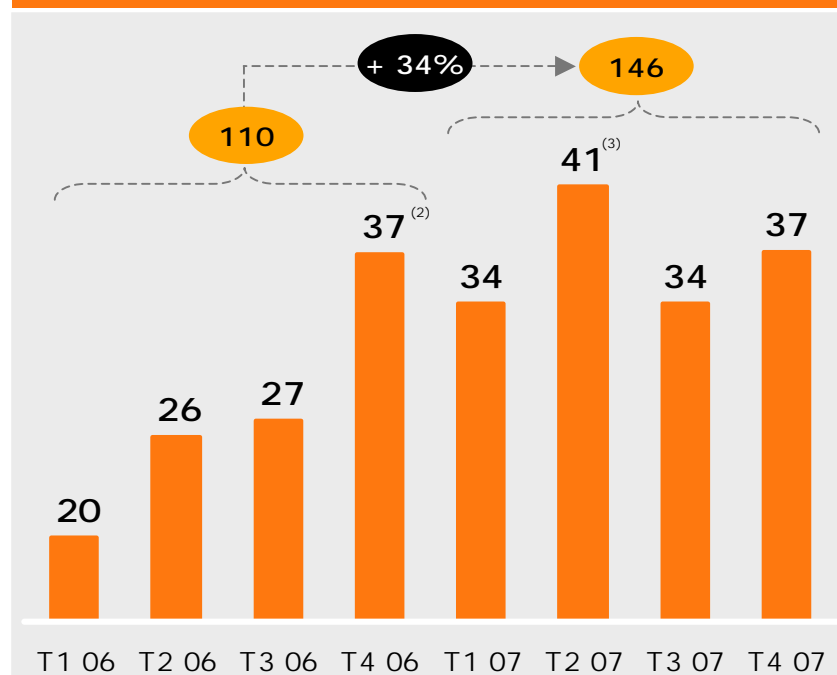
Ventaja competitiva del modelo FULL ULL

JAZZTEL

Margen bruto - % ingresos ⁽¹⁾



Margen bruto - €m ⁽¹⁾



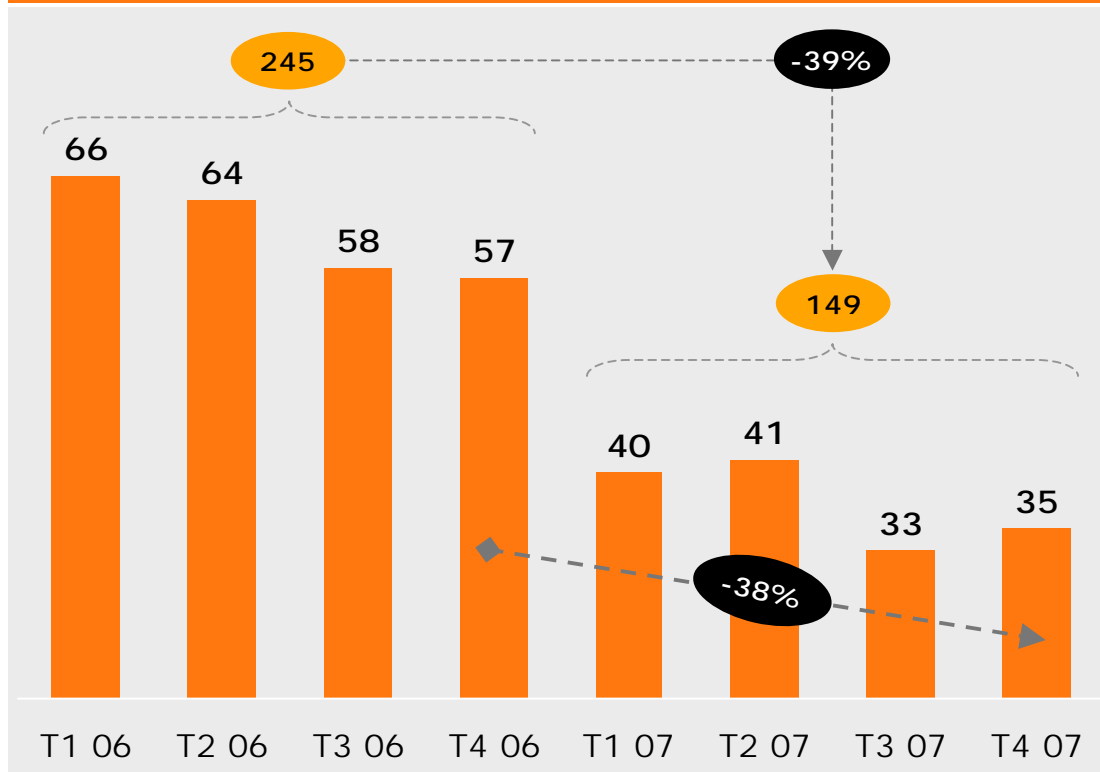
Un 9% de crecimiento en ingresos han generado un 34% de crecimiento en margen.

- (1) Figuras Proforma excluyendo CCS
- (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
- (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios



Gastos generales controlados

Gastos SG&A - €m (1)



Resultados

- Se implementaron medidas de reducción de coste al final de 2006..
- ..que se consolidaron durante 2007
- ..obteniendo un estructura ágil e integrada
- ..a la vez que se mantenía el crecimiento en clientes

% ingresos

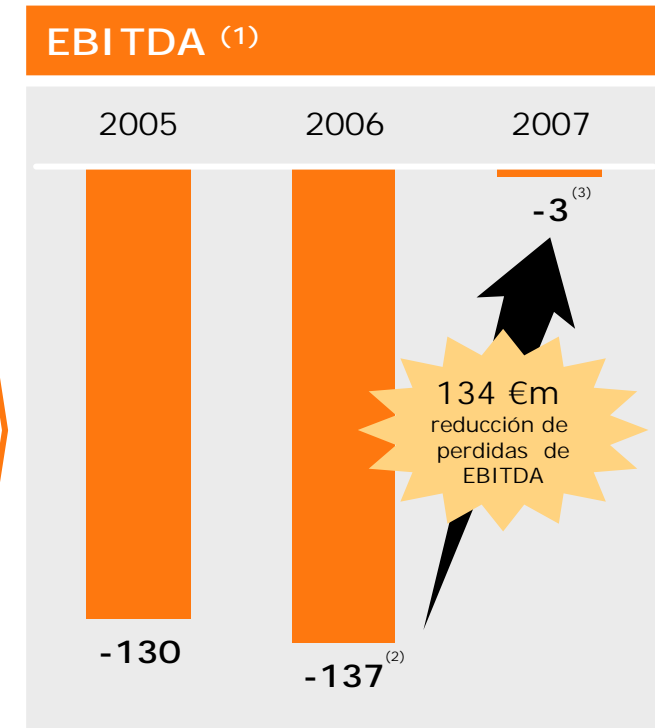
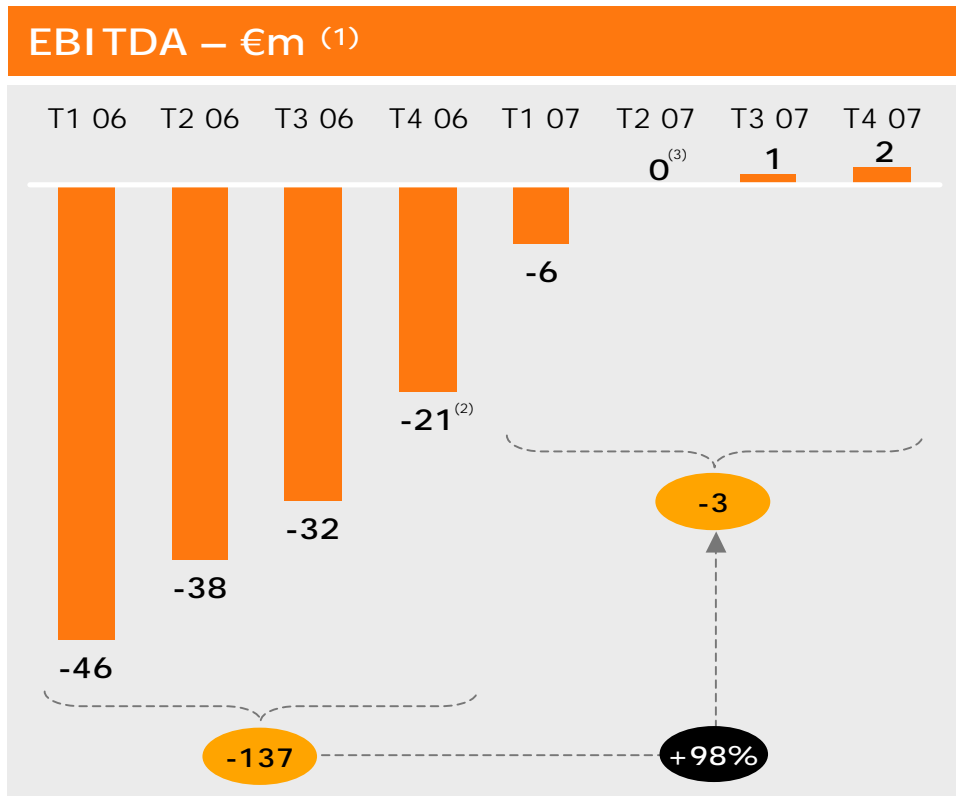


(1) Figuras Proforma excluyendo CCS
 (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
 (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios



JAZZTEL ha logrado EBITDA positivo

JAZZTEL



%ingresos

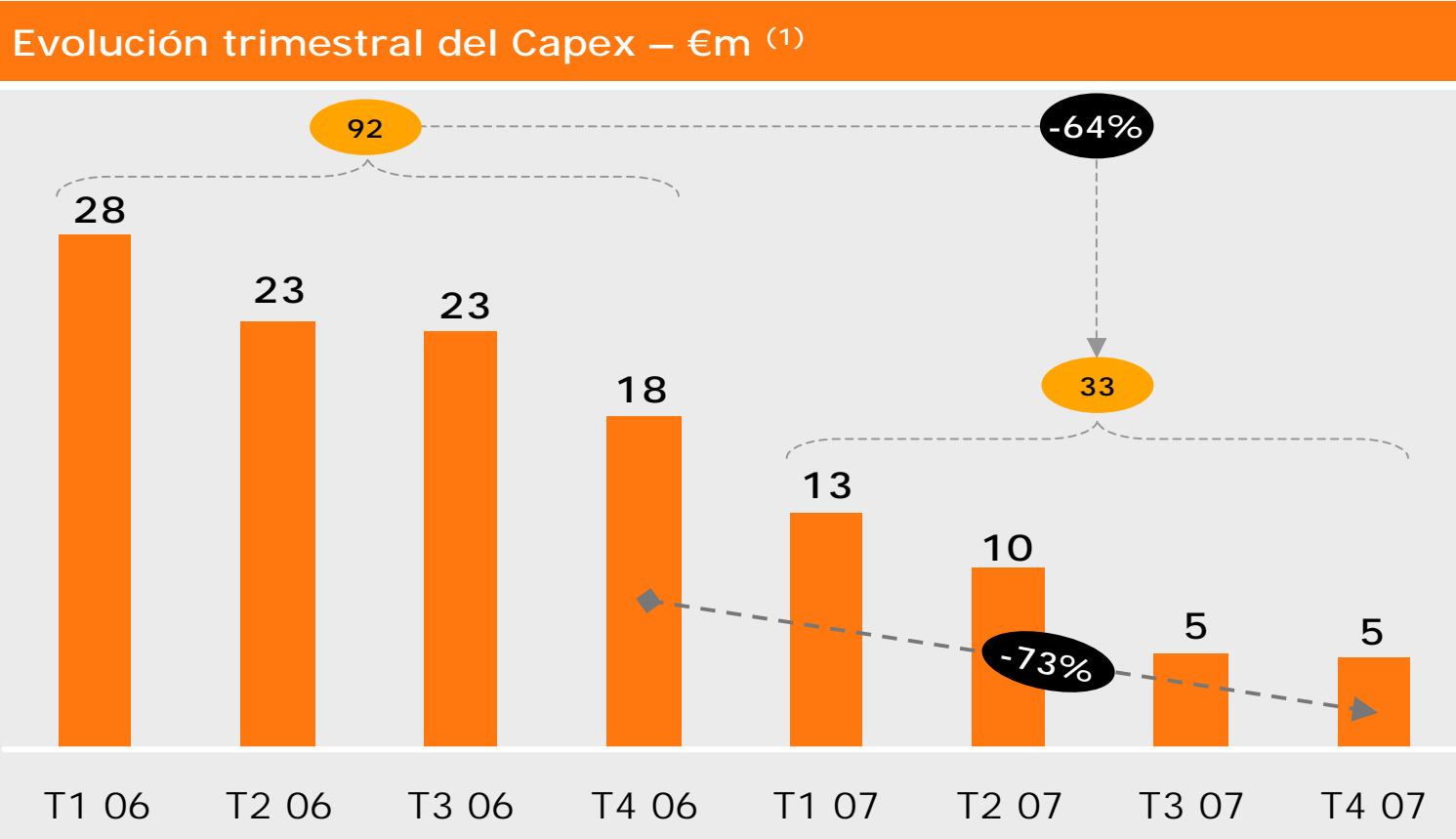
-73% -56% -48% -26%⁽²⁾ -8% 0%⁽³⁾ 1% 2%

La fuerte reducción de costes y la mejora del margen bruto han eliminado las pérdidas de EBITDA.

- (1) Figuras Proforma excluyendo CCS
- (2) Incluye 6.6 € millones de ingresos extraordinarios
- (3) Incluye 7.6 € millones de ingresos extraordinarios



Reducción continua del Capex



(1) Figuras Proforma excluyendo CCS



El desarrollo de la red de JAZZTEL está casi completado, reduciendo las necesidades futuras de inversión, que estarán limitadas principalmente a la adquisición de nuevos clientes.



1

• Continuar con la estrategia seguida durante el último trimestre:

- Crecimiento de clientes:

- Continuar enfocados en la estrategia en torno al producto ULL
- Apalancándose en nuevos canales de acceso al mercado

- "Calidad y Servicio" como el principal compromiso con nuestros clientes

- Completar nuestra propuesta de valor de producto totalmente convergente:

- Lanzamiento de servicios OMV
- Integración de todos los servicios bajo una "Factura única"

2

• Consolidación de EBITDA positivo bajo una operación ágil e integrada:

- Mantenimiento del nivel actual de costes fijos

- Control sobre el coste de adquisición de clientes para asegurar un crecimiento eficiente

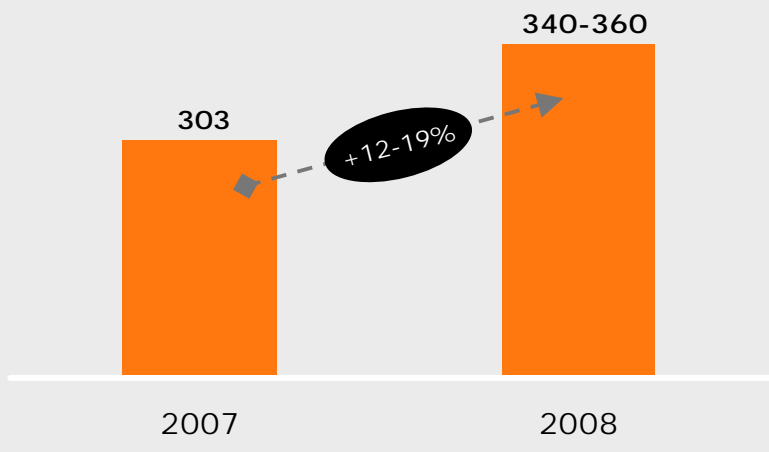


Previsiones 2008

JAZZTEL

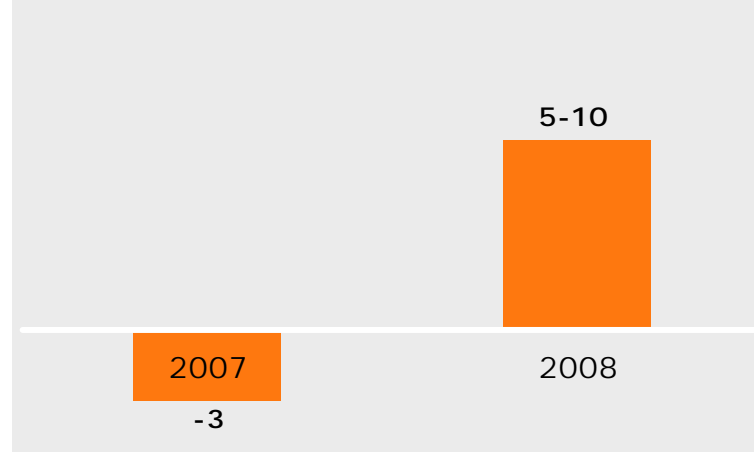
Ingresos

€ m



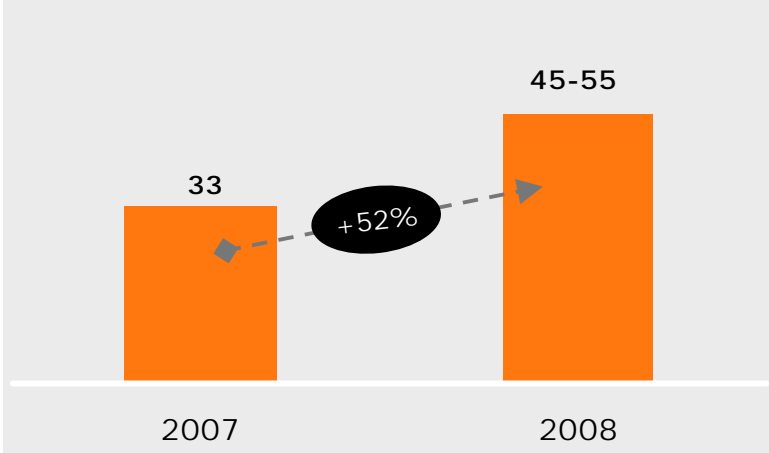
EBITDA

€ m



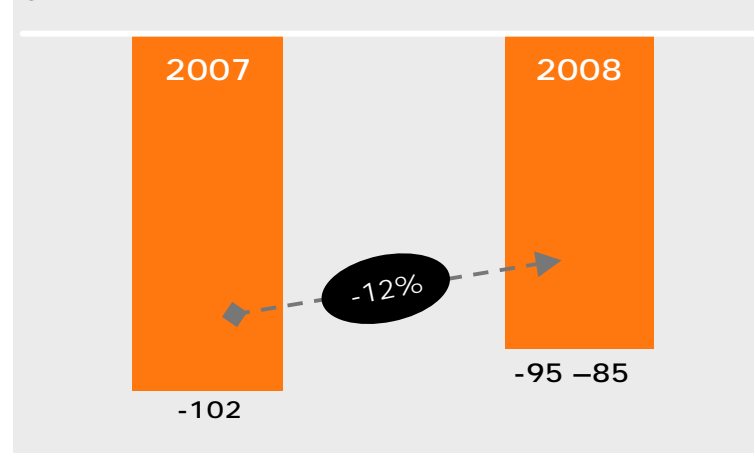
CAPEX

€ m



Beneficio neto

€ m

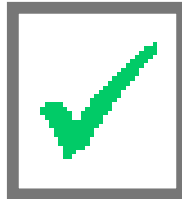




Conclusión: balance de situación

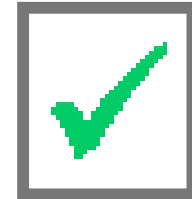
1

La mejor red de su categoría con una alta cobertura



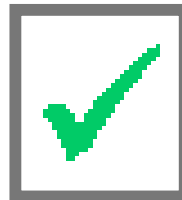
2

Compañía ágil, dinámica y escalable



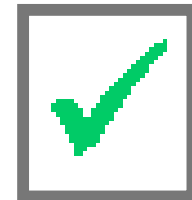
3

Producto convergente y de calidad a un precio muy competitivo



4

Plataforma propia y de calidad de atención al cliente



Jazztel está listo para crecer, listo para crear valor...



JAZZTEL

Q&A

Eres rápido. Eres JAZZTEL



JAZZTEL

Gracias por su atención

Eres rápido. Eres **JAZZTEL**