



Emisión de Bonos 2016

Abril 2016

SOMOS
UNO.
CONTIGO.

En virtud del artículo 6.2.1.1.1 del Decreto 2555 de 2010, nos permitimos aclarar que:

- La emisión de bonos de deuda pública interna de UNE EPM Telecomunicaciones S.A. (la "Emisión"), sobre la cual versa la promoción objeto de esta presentación, se encuentra en trámite de aprobación ante la Superintendencia Financiera de Colombia.
- La información de esta presentación está incluida en el prospecto de información preliminar de la Emisión, y no constituye una oferta pública vinculante, por lo cual, tanto la presentación como el prospecto de información preliminar pueden ser complementados o corregidos.
- No se puede realizar negociaciones sobre los bonos de deuda pública interna hasta que la oferta pública sea oficialmente comunicada a sus destinatarios.
- El prospecto de información preliminar deberá ser consultado por los futuros inversionistas.



Agenda

Presentación de la compañía

Análisis de la industria

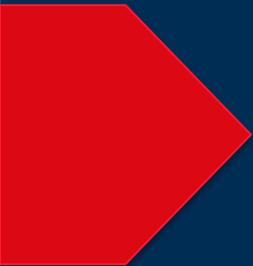
Estrategia de las Unidades de Negocio

Resultados 2015

Exposición en Dólares

Estructura de capital

Información de la Emisión

A red arrow pointing to the right, partially overlapping the dark blue arrow.

Presentación de la Compañía

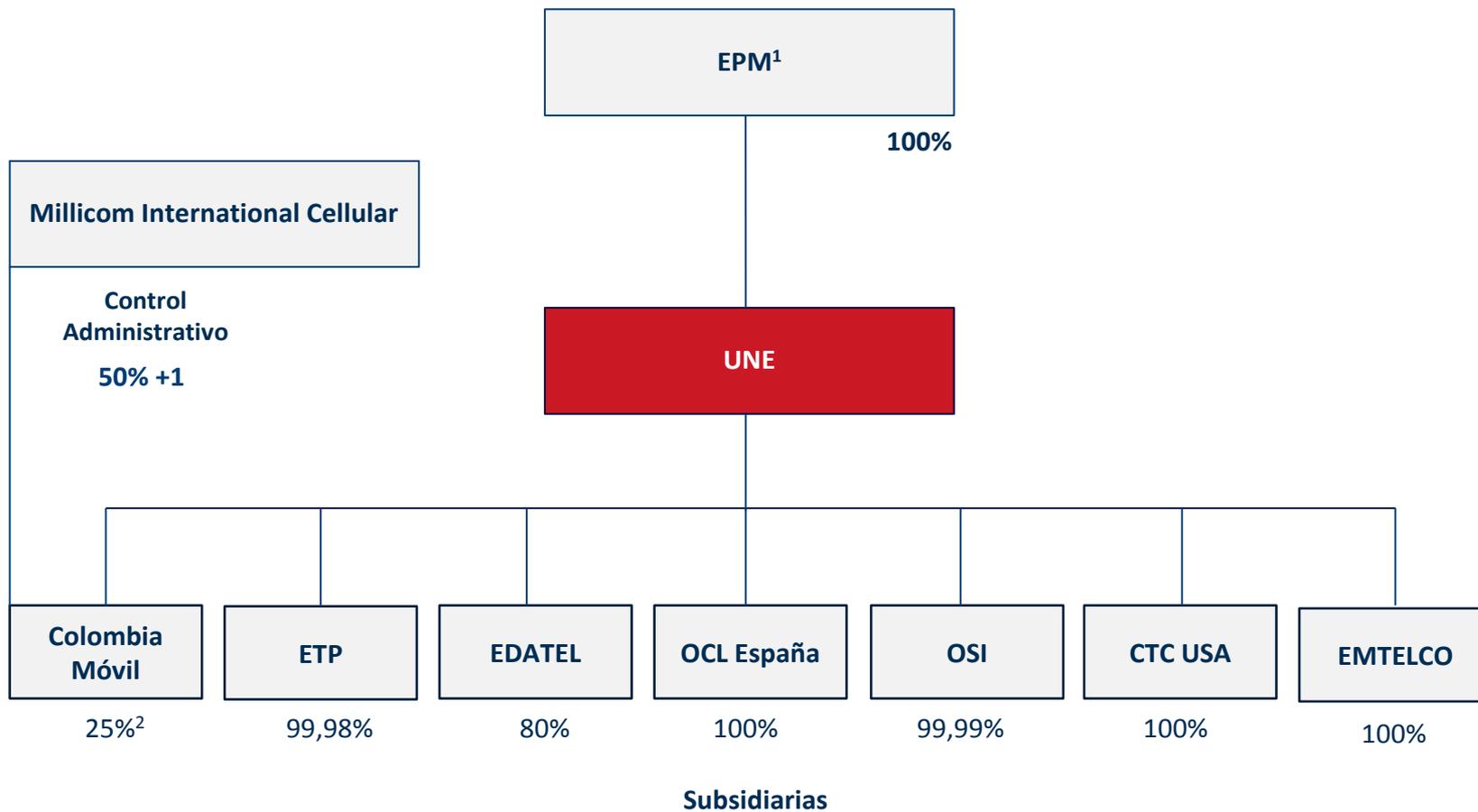
A dark blue arrow pointing to the right, serving as a background for the title.

Estructura accionaria

Gobierno corporativo

Estructura organizacional

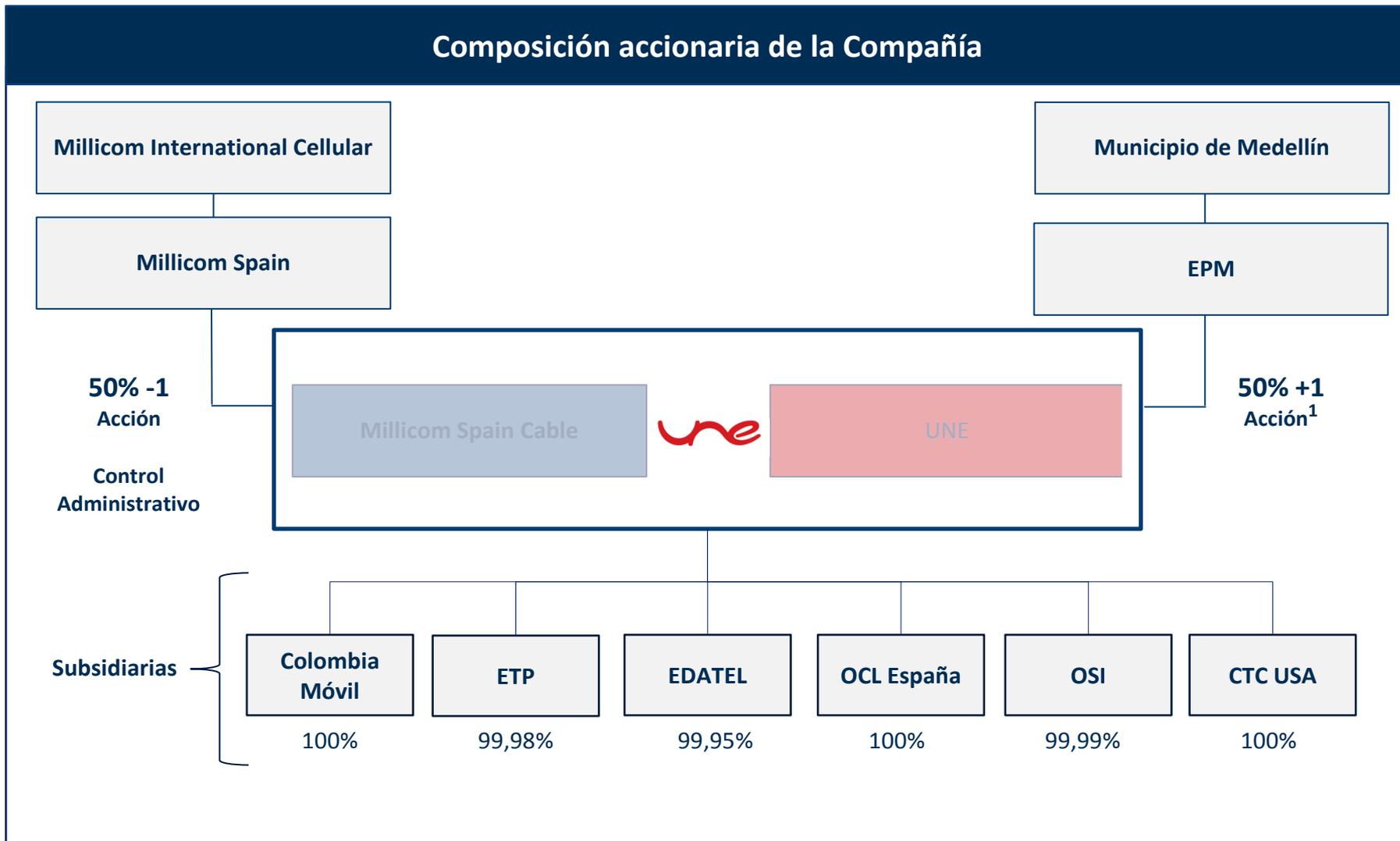
Composición accionaria de la Compañía



1. INDER+APEV+EDU+ITM

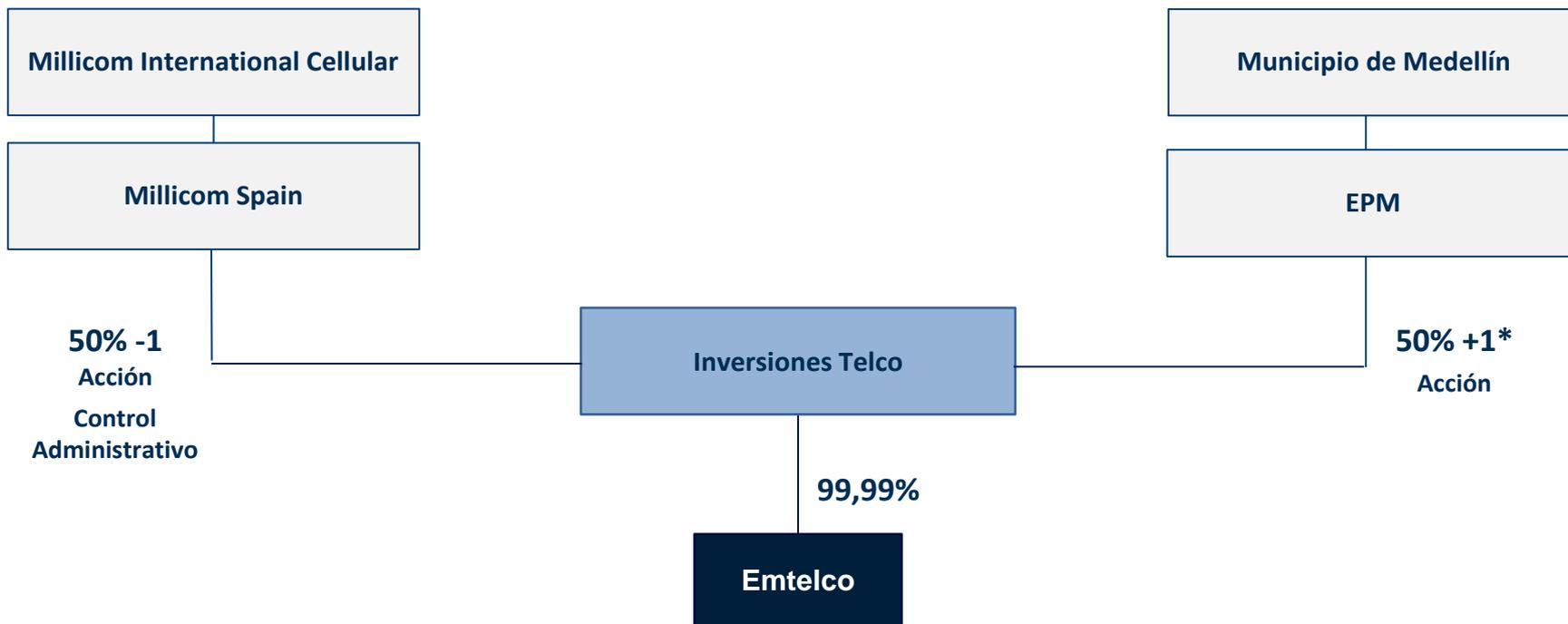
2. ETB dueño del 25% restante

Composición accionaria de la Compañía



1. Instituto de Deportes y Recreación de Medellín INDER dueño de 1 acción

Composición accionaria de EMTELCO



1. Instituto de Deportes y Recreación de Medellín INDER dueño de 1 acción

A large, dark blue arrow-shaped graphic pointing to the right, with a red arrow-shaped graphic pointing to the left on its left side. The text "Presentación de la Compañía" is centered within the dark blue arrow.

Presentación de la Compañía

Estructura accionaria

A light blue arrow-shaped graphic pointing to the right, containing the text "Gobierno corporativo".

Gobierno corporativo

Estructura organizacional

Miembros de Junta

- 4 Miembros principales y sus suplentes 
- 3 Miembros principales y sus suplentes (2 independientes) 
- 1 invitado permanente (sin voz, ni voto) 

Presidente y VP de Junta

- El presidente es elegido por EPM 
- Vicepresidente es elegido por MIC 

Deliberación

- El presidente (o su reemplazo) y 5 miembros deben asistir a las Juntas
- Decisiones se toman por mayoría de asistentes, algunas con mayoría especial

Nombramientos

- Presidente (CEO): nominación de candidatos seleccionados por MIC 
- CFO: 2 candidatos propuestos por MIC & 1 por EPM  
- Director de auditoría nominado por EPM 
- Alta dirección seleccionada con el apoyo de un consultor de recursos humanos

Miembros principales

- Tim Pennington 
- Mauricio Ramos 
- Victor Unda 
- Juan Pungiluppi (Independiente) 
- Carlos Enrique Piedrahita (Independiente) 
- Jorge Londoño 
- Federico Arango Toro (Independiente) 

Miembros suplentes

- Renaud Houlle 
- Luciano Marino 
- Marcelo Benítez 
- Salvador Escalón 
- Miguel Moreno Múnera (Independiente) 
- Juan Camilo Restrepo 
- Gabriel Jaime Betancourt Mesa 

Presentación de la Compañía

Estructura accionaria

Gobierno corporativo

Estructura organizacional

Estrategia

Transparencia y equidad
en el proceso de selección

Los mejores perfiles en las
mejores posiciones

Nombramiento del equipo
acorde a nueva estrategia

Apoyo estratégico
durante el proceso de selección

Organización

Esquema de
compensación

Equipo ejecutivo
(Vicepresidentes)

Mandos medios
(Gerentes y Directores)

Especialistas y
analistas

Boston Consulting
Group

Towers Watson
RPT

Egon Zehnder

Spencer Stuart

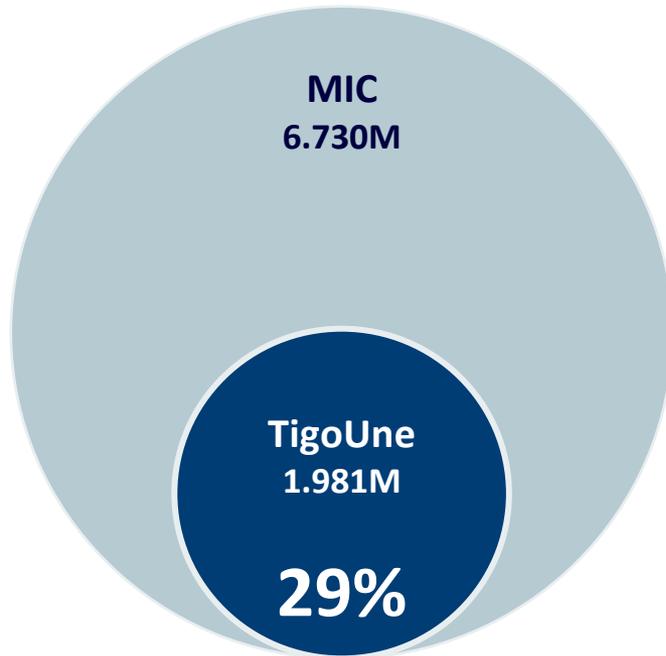
Union Consulting

Equipo Directivo con amplia experiencia y liderazgo



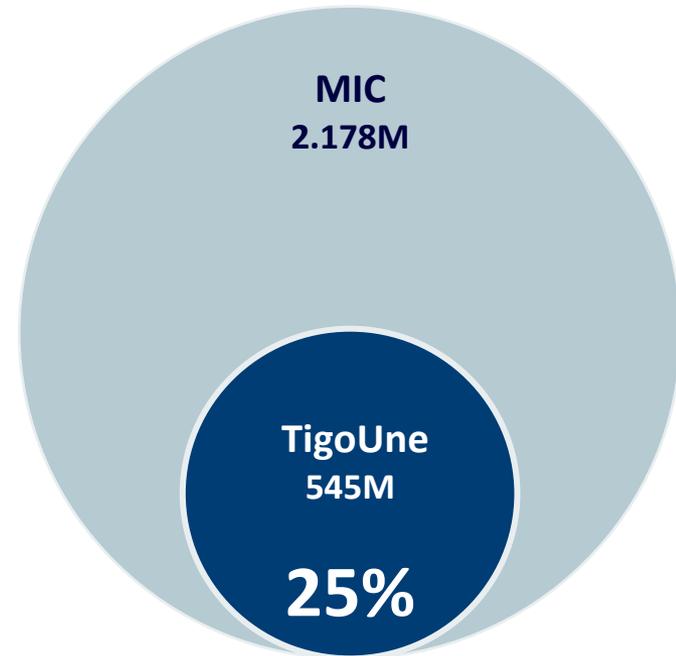
Ingresos totales 2015

Dólares

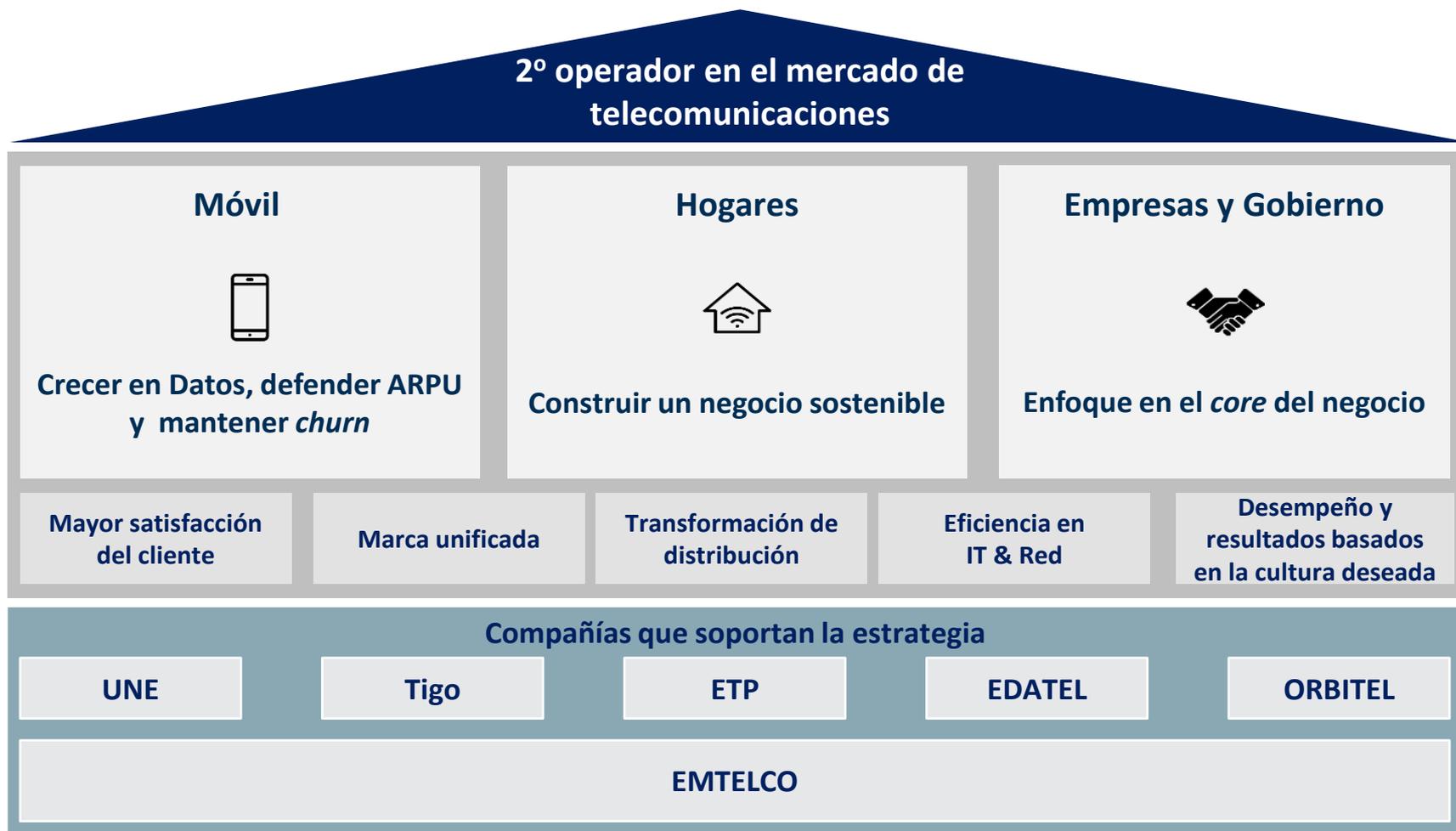


EBITDA total 2015

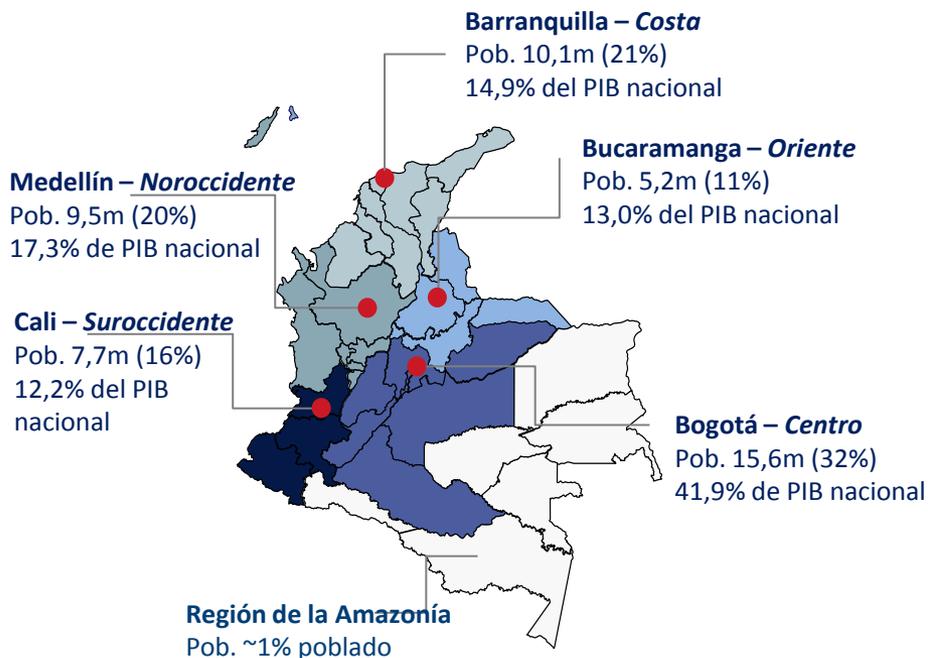
Dólares



TigoOne es el 2^{do} operador en el mercado de telecomunicaciones Colombiano



Análisis de la industria



Para Destacar

- **Amplio territorio** (26° en el mundo)
- **En su mayoría urbano** (75% de la pob.)
- **Altamente regionalizado** con terrenos montañosos

Móvil

- El mercado móvil Colombiano creció un 7,3% durante el Q2-15 en términos de suscriptores, con un balance de cierre de 56 millones de usuarios y una penetración total de 116,1%
- Un mercado dominado por Claro con una participación de 52,5% en suscriptores a Q2-15; sin embargo en los últimos años mientras Movistar permanece relativamente estable, Tigo ha ganado mercado a expensas de Claro
- Tigo-UNE combinados son el segundo operador en términos de datos con un 29,2% a Q4-14

Hogares

- El mercado fijo Colombiano crece gracias al Internet de Banda Ancha y la TV; la telefonía fija se encuentra estancada
- Claro es líder en participación de usuarios para Banda Ancha y TV, seguido por UNE; en telefonía fija, UNE lidera la participación en usuarios e ingresos
- DirecTV se convertirá en un importante jugador debido a su oferta fija inalámbrica de Banda Ancha LTE

Empresas y Gobierno

- El mercado de B2B en Colombia supera los COP 11,2* Billones en 2015 y más adelante se espera que continúe creciendo entre 3% y 5%
- Claro, UNE y ETB son los más importantes participantes en el mercado; Telefónica está mejor posicionado en el mercado móvil
- Claro tiene una amplia presencia nacional, UNE es fuerte en el área de Medellín y con el Gobierno, mientras que ETB es particularmente fuerte en Bogotá

Racional de la integración

	tigo	une	tigo une	Claro	M
Móvil	✓	✗	✓	✓	✓
Telefonía Fija	✗	✓	✓	✓	✓
B2B	✓	✓	✓	✓	✓
Internet Fijo	✗	✓	✓	✓	✓
Televisión Paga	✗	✓	✓	✓	✗
Televisión Satelital	✗	✗	✓	✓	✓

¿Por qué lo hicimos?

Porque es inevitable...

- Convergencia fijo y móvil es una tendencia global
- Asegura la sostenibilidad para las dos Compañías

Tiene sentido ...

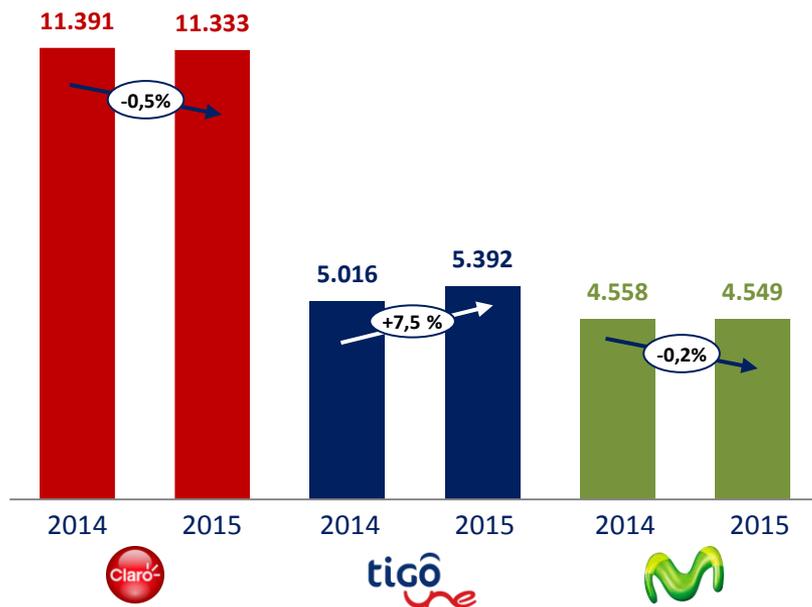
- Tigo y UNE han sido socios por 9 años

Nos fortalece ...

- Corto plazo: ser el segundo operador en el mercado
- Largo plazo: ser el primer operador en el mercado

Desempeño de Ingresos y EBITDA en la industria de las telecomunicaciones

INGRESOS 2014 vs. 2015
(Miles de millones de Pesos)



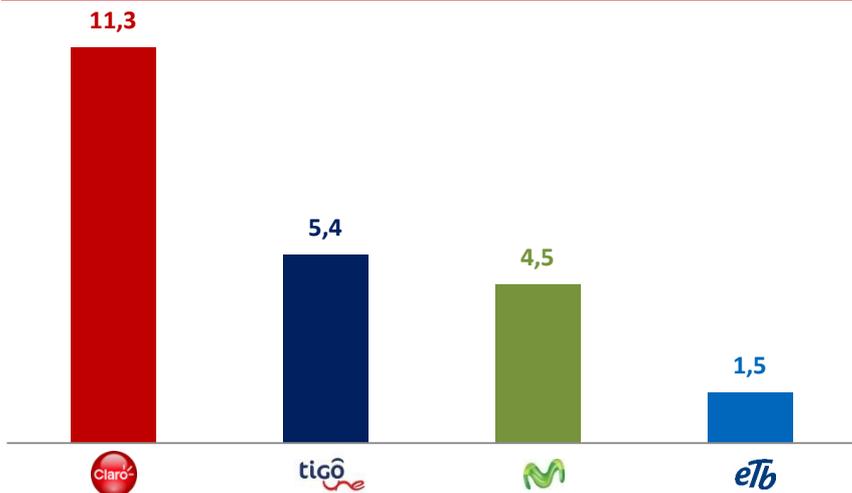
EBITDA 2014 vs. 2015
(Miles de millones de Pesos)



TigoOne es el segundo operador en la industria

Ingresos totales 2015

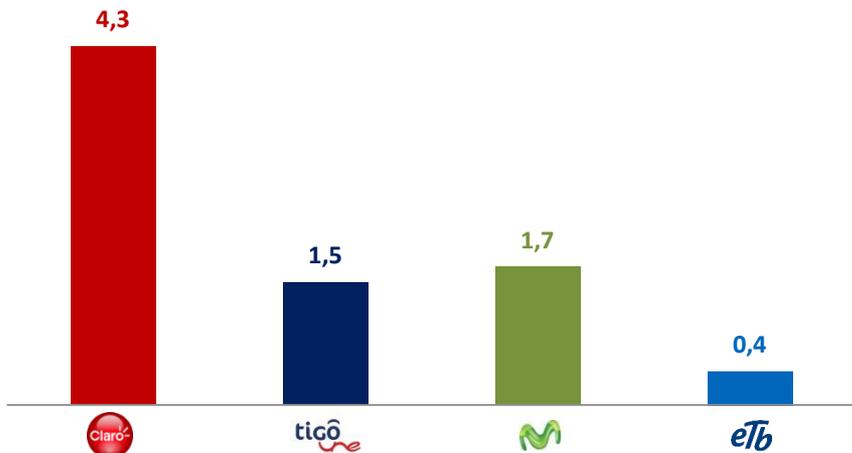
Billones de Pesos



- TigoOne es el segundo operador en Colombia desde la fusión en 2014 y con una fuerte diferencia en el 2015
- TigoOne posee un fuerte EBITDA y margen EBITDA apalancado por las inversiones y el crecimiento en 2015

EBITDA total 2015

Billones de Pesos



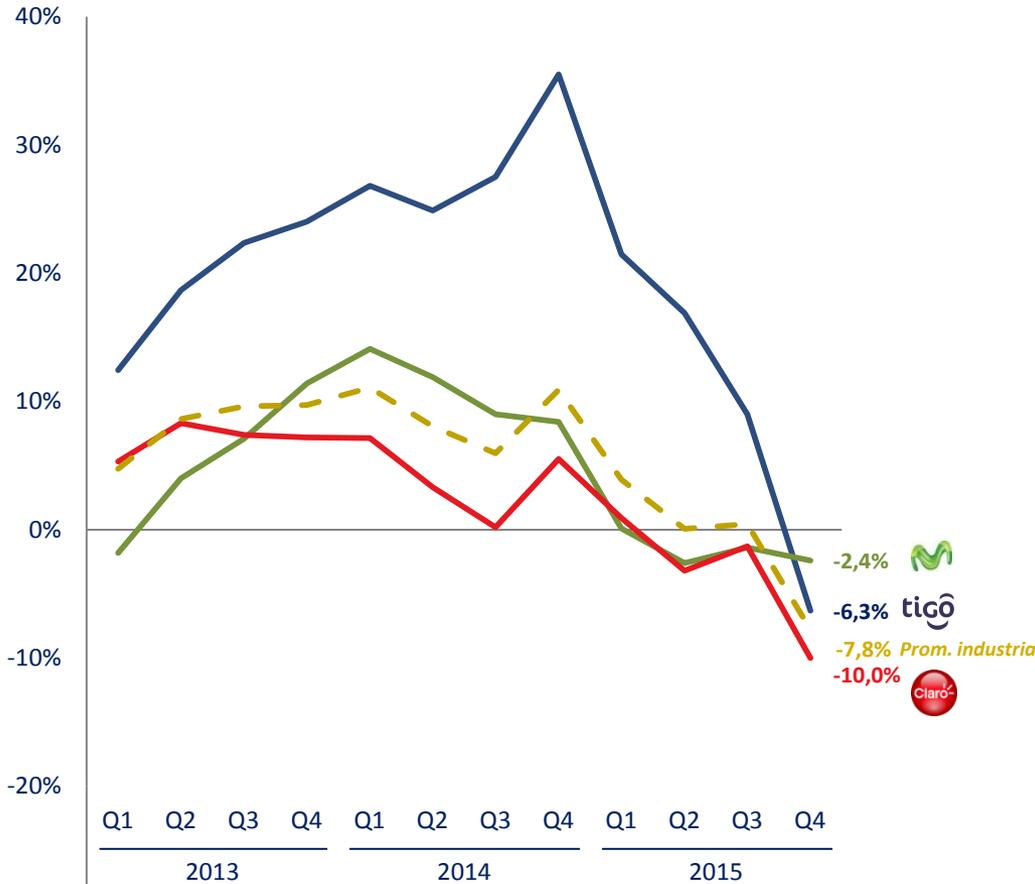
Margen EBITDA 2015

(%)



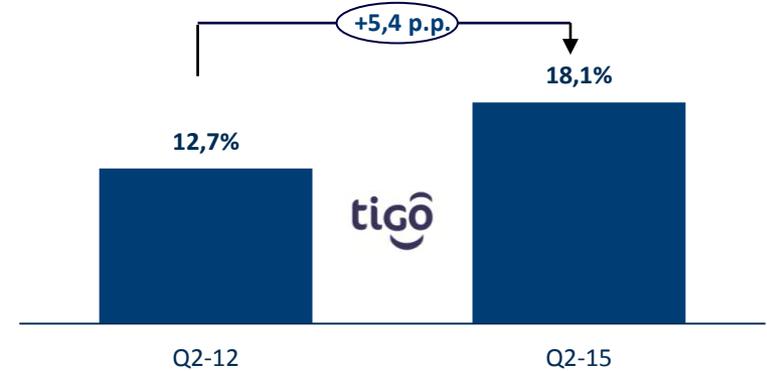
Crecimiento de ingresos móviles

Crecimiento de ingresos (%) – Q4-15

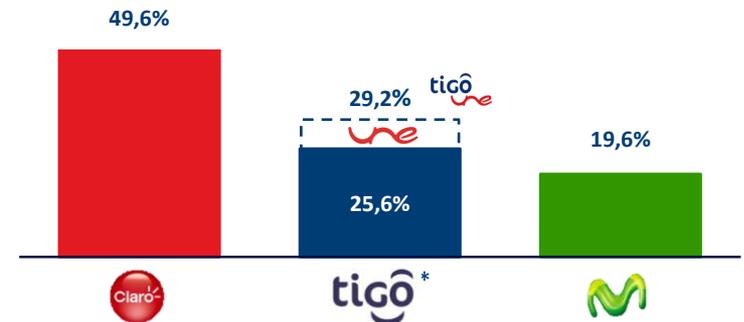


Incremento en la participación de mercado y una fuerte posición en datos

Tigo participación de mercado en usuarios (%)



Participación de mercado de datos por ingresos móviles(%, Q4-14)

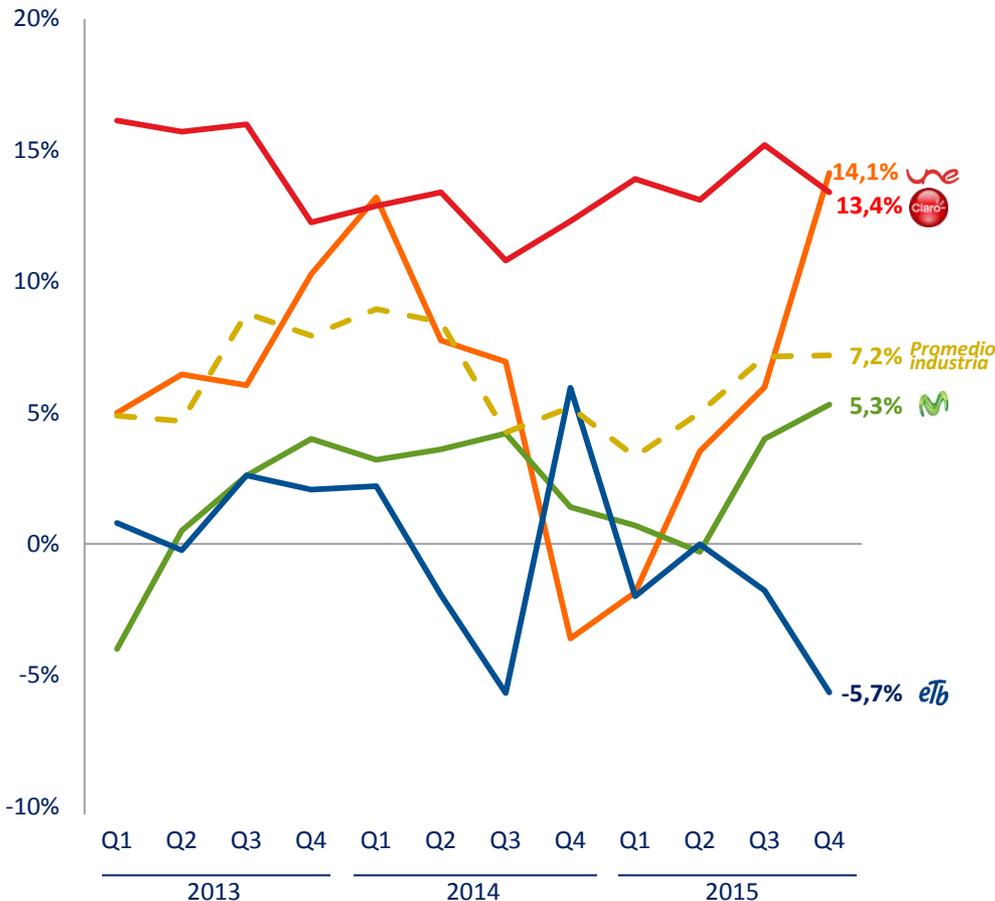


Fuente: informe MINTIC Q4-14 & Q2-15, reportes trimestrales de AMX & Telefónica, Ingresos de Tigo no incluyen ajustes de ingresos y impuesto de ICA; con el objetivo de tener figuras comparables, Tigo incluye ingresos corporativos y ingresos de Tigo Music.

UNE está bien posicionada en el mercado fijo

Crecimiento de ingresos fijos

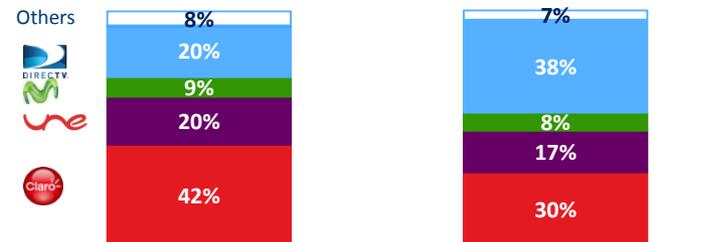
Crecimiento de ingresos (%) – Q4-15



Participación de mercado por servicio

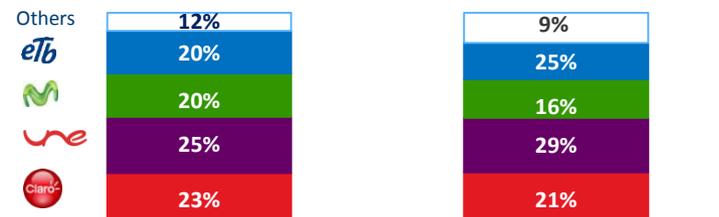
TV Paga

(RGU: Q4-15; Ingresos: Q4-15)



Telefonía fija

(RGU: Q2-15; Ingresos: Q2-15)



Internet de banda ancha

(RGU: Q2-15; Ingresos: Q2-15)



Fuente: MINTIC Q2-15 reporte MINTIC & ANTV; reportes trimestrales AMX, Telefónica y ETB; figuras ETB solas, Crecimiento de ingresos de UNE incluye ETP, EDATEL, B2B fijo y eliminaciones intercompañías; no incluye UNE 4G Ingresos UNE en IFRS para calcular el crecimiento de 2015. Participación de ingresos con base en estimaciones internas

Estrategia de las Unidades de Negocio

Unidad de Negocio Móvil

Unidad de Negocio Hogares

Unidad de Negocio Corporativo

Para enfrentar los desafíos del mercado móvil, 5 pilares estratégicos han sido identificados para los próximos 5 años

- 1 Liderar el mercado con la mejor calidad en datos**
 - Mantener la experiencia de velocidad a los usuarios en zonas urbanas
 - Ofertas ganadoras de *smartphones*, incluyendo opción de financiación

- 2 Defender ARPU y mantener niveles de churn mediante la gestión del cliente y los ingresos**
 - Prepago: aumentar capilaridad en distribución y ofertas más simples/flexibles estimulando recargas fáciles
 - Pospago: foco en planes “mucho más por más”, planes compartidos, aprovechando los beneficios de la fidelización

- 3 Desarrollar una plataforma de MVNE¹ para capturar nuevos operadores virtuales entrantes**
 - Modelo positivo de negocio para invertir en plataforma de apoyo a los MNVOs²
 - Conservar parte de los ingresos en lugar de perderlo al competir con los operadores tradicionales

- 4 Desarrollar propuestas de valor innovadoras para el consumidor digital, manteniendo el atributo innovador**
 - Planes y servicios diferenciadores (ej. ATP, SmartApps, compartir recursos)
 - Ofertas simplificada (ej. habla mucho, navega mucho o habla y navega)

- 5 Aumentar participación de mercado en Bogotá y Medellín y consolidar presencia en la costa**
 - Invertir en capacidad en la costa y en cobertura en Bogotá y Medellín
 - Aprovechar 1.1 millones de la base de clientes del mercado fijo que no son usuarios móviles

1. MVNE: Facilitador de red para operadores virtuales; 2. MVNO: Operadores móviles virtuales

A corto plazo, la unidad de cable debe consolidar su posición en el mercado y estratégicamente conquistar nuevas regiones, a través de:

- 1 Proteger mercados incumbentes mediante actualizaciones de las redes**
 - Incrementar ARPU en todas las regiones y mantener niveles de *churn*
- 2 Racionalizar la expansión en mercados no incumbentes**
 - Incrementar la capacidad instalada en zonas con bajo desempeño en mercados no incumbentes (ej. Bogotá)
 - Priorizar despliegue de infraestructura en regiones con alto potencial de *payback* debido a bajos niveles de penetración y jugadores débiles
 - Postergar futuras inversiones a corto plazo en zonas con altos niveles de penetración y competidas como Bogotá, que requieren periodos más largos de *payback*
 - Aprovechar DTH¹ para permitir crecimiento en regiones no cubiertas con la red fija actualmente
- 3 Acelerar crecimiento en nuevos mercados con foco en mercados con bajos niveles de penetración con HFC, aprovechando DTH**
- 4 Crear una propuesta de valor diferenciada para competir eficazmente contra Claro y DirecTV**
 - Cerrar brechas de nuestra oferta vs. la de nuestros competidores (ej. paquetes avanzados, grabación de video, OTT)
 - Asegurar contenidos exclusivos (ej. fútbol español y profesional colombiano)
- 5 Optimizar la operación para aumentar la EBITDA requerido para financiar futuras expansiones de red**
 - Ej. costos de programación, recaudo y facturación
- 6 Mejorar la experiencia del cliente como elemento diferenciador y elemento primordial para retención**
- 7 Impulsar la simplificación de la red**
 - Aumentar progresivamente la participación de suscriptores y RGUs en redes HFC de doble vía

5 pilares estratégicos para la unidad corporativa identificadas, con base en el mercado y el marco TigoOne

- 1 Proteger los ingresos que actualmente provienen del sector público mientras mejora progresivamente la rentabilidad**
 - Proteger la posición en el mercado con foco en soluciones *core* del negocio
 - Mejorar EBITDA estimulando la migración a productos más rentables y alineadas con el corazón del negocio
 - Desarrollar una estrategia efectiva para Colombia Compra Eficiente (vigente desde nov-14)
- 2 Aumentar la penetración en pequeñas y medianas empresas, inicialmente en regiones con cobertura y baja participación, aprovechando la oportunidad de ventas cruzadas**
 - Oferta fijo/móvil con servicios TIC avanzados para nuevos clientes y los existentes, principalmente en zonas con cobertura (ej. Bogotá, Barranquilla)
 - Proteger mercados incumbentes
- 3 Aumentar participación en grandes empresas, con servicios TIC avanzados y soluciones específicas para potenciales industrias objetivo (ej. sector comercial, financiero)**
 - Aumentar “share of wallet” en grandes empresas en Medellín, actualmente el mercado gasta 17% pese al 100% de penetración con al menos algún servicio
 - Capturar grandes empresas no atendidas en Bogotá (actualmente gastan 4%)
 - La estrategia del segmento Prime e identificación de compañías objetivo en definición por equipo regional de MIC
- 4 Redefinir portafolio de productos, alinear a necesidades específicas del segmento, reduciendo complejidad y aumentando rentabilidad**
 - Foco en oferta fijo/móvil
 - Mejorar márgenes de las soluciones y fortalecer la oferta de Outsourcing de Tecnologías de Información (ITO)
 - Desarrollar soluciones para diferentes industrias y ofertas para compañías Prime
 - Desarrollar la oferta de Outsourcing de Procesos de Negocios (BPO)
- 5 Definir un modelo efectivo de venta y posventa dirigido a cada segmento**
 - *Hunter/farmer* para balancear adición de nuevos clientes y desarrollo de clientes actuales
 - Fortalecer las capacidades internas para desarrollar y atender ofertas de ITO y BPO

Resultados 2015

Resultados financieros consolidados a diciembre de 2015

Millones de Pesos	2014	2015
	AC	AC
Ingresos Totales	5.015.797	5.391.789
Crecimiento ingresos (%)		7,5%
Ingresos recurrentes	4.596.242	4.803.797
Crecimiento ingresos recurrentes (%)		4,5%
Hogares	1.422.208	1.530.646
Crecimiento (%)		7,6%
Corporativo	1.174.641	1.223.843
Crecimiento (%)		4,2%
Móvil	1.935.777	1.975.883
Crecimiento (%)		2,1%
Otro recurrente	63.616	73.425
Crecimiento (%)		15,4%
Ingresos no recurrentes	419.555	587.991
Crecimiento ingresos no recurrentes (%)		40,1%
Margen Bruto	3.353.771	3.511.354
Margen Bruto %	66,9%	65,1%
Gastos de venta y administrativos	(2.037.491)	(2.050.333)
% de Ingresos	(40,6%)	(38,0%)
EBITDA	1.316.280	1.461.021
EBITDA %	26,2%	27,1%
Depreciación y amortización	(969.782)	(1.157.995)
Intereses (netos)	(217.626)	(265.170)
Otros	(165.140)	(352.220)
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos	(36.267)	(314.363)
Impuestos	(27.308)	55.260
Resultado neto	(63.576)	(259.103)
CAPEX op.	859.362	1.225.427
% de Ingresos	17,1%	22,7%
FCLO (EBITDA-CAPEX op.)	456.918	235.595
% de Ingresos	9,1%	4,4%

Balance consolidado a diciembre de 2015

Colombia Consolidada		Dic-14	Dic-15	Var
Millones de Pesos		AC	AC	
Activos	TOTAL ACTIVOS	7.396.553	7.796.473	5,4%
	Total activos no corrientes	5.759.037	6.121.533	6,3%
	Activos tangibles, neto	3.831.535	4.161.936	8,6%
	Activos intangibles, neto	1.260.530	1.300.320	3,2%
	Otros	666.972	659.277	(1,2%)
	Total activos corrientes	1.637.516	1.674.940	2,3%
	Efectivo y equivalentes de efectivo	446.775	350.792	(21,5%)
	Cuentas por cobrar, neto	552.455	626.544	13,4%
	Inventarios	155.359	152.279	(2,0%)
	Anticipos e ingresos devengados	201.601	190.449	(5,5%)
Otros	281.326	354.877	26,1%	
Pasivo y Patrimonio	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	7.396.553	7.796.473	5,4%
	TOTAL PATRIMONIO	2.983.332	2.308.513	(22,6%)
	TOTAL PASIVOS	4.413.221	5.487.960	24,4%
	Total pasivos no corrientes	2.852.637	3.640.449	27,6%
	Deuda financiera y con accionistas	2.318.243	2.469.552	6,5%
	Arrendamiento financiero	228.606	467.499	104,5%
	Dividendos	0	397.579	NA
	Otros	305.788	305.819	0,0%
	Total pasivos corrientes	1.560.584	1.847.511	18,4%
	Deuda financiera y con accionistas	236.878	149.333	(37,0%)
Arrendamiento financiero	26.088	13.540	(48,1%)	
Cuentas por pagar	941.497	1.327.350	41,0%	
Otros	356.121	357.288	0,3%	

- Incremento en activos debida a ejecución de CAPEX de \$ 430,5 Millones de Dólares en 2015
- Inventarios estables por adopción de mejores prácticas
- Reducción al patrimonio por dividendos decretados en Q4-15
- Deuda estable a ~\$ 2,6 Billones de Pesos; Deuda neta/EBITDA*: 1,5x (1,6x en 2014)
- Cuentas por pagar crecen como resultado de ejecución de CAPEX en Q4-15

KPIs financieros muestran un buen desempeño a cierre de 2015

Millones de Pesos	Tigo	Grupo UNE	Consolidated
1) Deuda neta/EBITDA			
Deuda financiera*	-	1.650.000	1.650.000
Deuda con accionistas-MIC	965.313	-	965.313
Deuda total	965.313	1.650.000	2.615.313
Efectivo**	(134.103)	(235.192)	(369.294)
Deuda neta	831.210	1.414.808	2.246.018
EBITDA (Últimos 12 meses)	668.439	795.998	1.461.021
Deuda neta/EBITDA	1,2x	1,8x	1,5x
2) Cobertura de intereses por gastos financieros			
EBITDA (Últimos 12 meses)	668.439	795.998	1.461.021
Gasto por interés***	95.436	96.201	191.637
EBITDA/Gasto por interés	7,0x	8,3x	7,6x

*Préstamos entre UNE y subsidiarias no incluidos. **Efectivo restringido incluido; Incluye inversiones de corto plazo de EDATEL. *** intereses sobre arrendamiento financiero no incluidos; Grupo UNE incluye EMTELCO

Deuda neta/EBITDA cerro en 1,5x a diciembre de 2015

Millones de Pesos	Dic-13 AC	Dic-14 AC	Dic-15 AC
TigoUne Deuda consolidada	2.560.573	2.533.289	2.606.875
Grupo UNE	1.310.000	1.140.000	1.650.000
<i>Bonos</i>	<i>600.000</i>	<i>600.000</i>	<i>450.000</i>
<i>Deuda financiera</i>	<i>710.000</i>	<i>540.000</i>	<i>1.200.000</i>
Colombia Móvil	1.250.573	1.393.289	965.313
<i>Deuda con accionistas - MIC</i>	<i>590.573</i>	<i>733.289</i>	<i>965.313</i>
<i>Syndicated Loan</i>	<i>660.000</i>	<i>660.000</i>	-
<i>Balance efectivo consolidado</i>	<i>594.678</i>	<i>471.433</i>	<i>369.294</i>
TigoUne Deuda neta consolidada	1.965.895	2.061.856	2.264.520
<i>TigoUne EBITDA (Últimos 12 meses)</i>	<i>1.030.989</i>	<i>1.316.280</i>	<i>1.461.021</i>
<i>Deuda neta/EBITDA</i>	<i>1,9x</i>	<i>1,6x</i>	<i>1,5x</i>

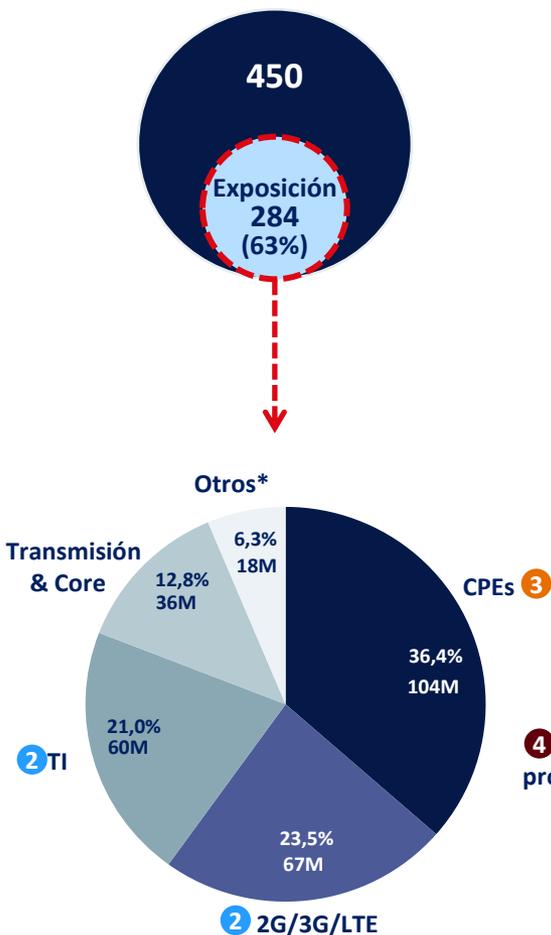
*Intereses incluidos. Arrendamiento financiero no incluido. Deuda nominal al final de cada periodo. Deuda con MIC nominada en USD. Conversión a COP a la TRM de cierre. Cifras en IFRS para 2014 y 2015. Para 2013 basada en estimaciones internas. Prestamos entre UNE y subsidiarias no incluidos. Efectivo restringido incluido; Incluye inversiones de corto plazo de EDATEL; intereses sobre arrendamiento financiero no incluidos. Grupo UNE incluye EMTELCO

Exposición en Dólares

La compañía ha implementado eficiencias para mitigar el impacto de la exposición en Dólares

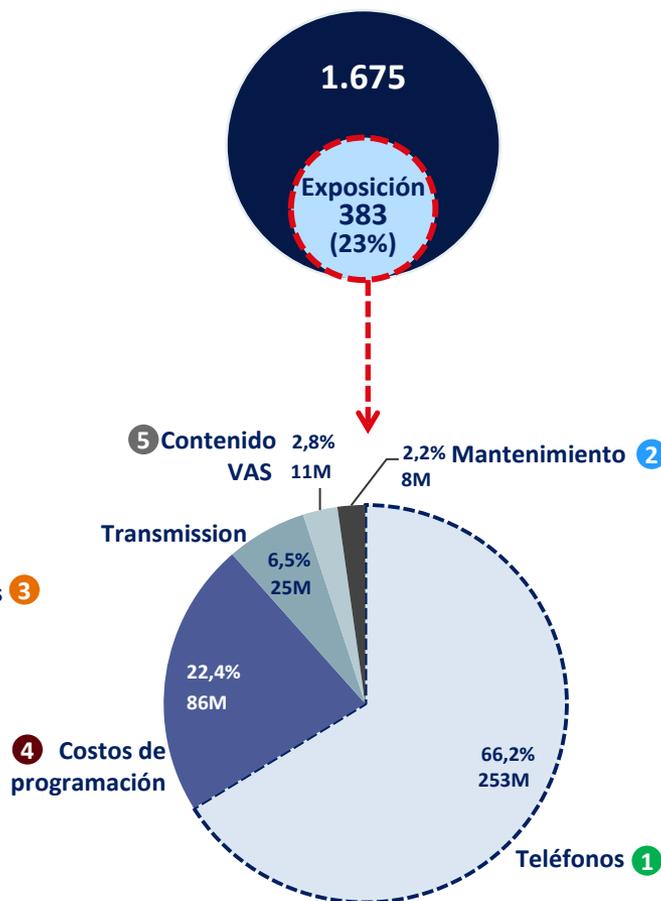
CAPEX 2015

Millones de Dólares



OPEX 2015

Millones de Dólares



- 1 100% del costo de los teléfonos se transfiere al cliente, mitigando completamente la exposición
- 2 Optimización con TRM fijas y reducción en precios de equipos y mantenimiento con Oracle y HUAWEI
- 3 Negociaciones en curso para reducir impacto
- 4 Rangos de TRM fijados con proveedores de contenido de TV
- 5 Costo de licencia de Deezer disminuye a medida que incrementan los usuarios y negociaciones en curso para establecer costo en COP; menor exposición en costos de Blackberry

VAS: Servicios de valor agregado; CPE: Equipos instalados en lado cliente (ej. Decodificador)

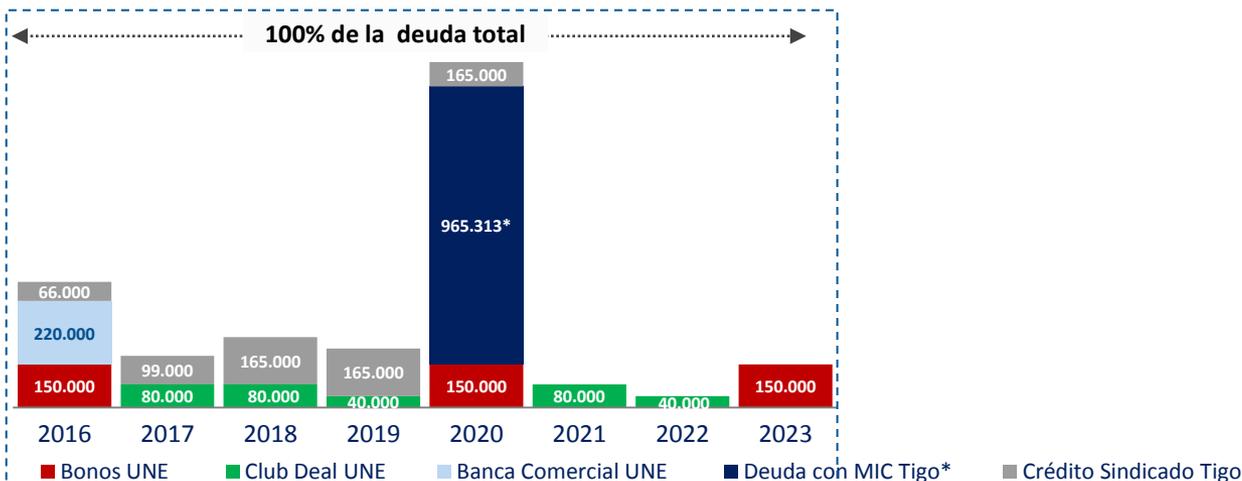
*Facilidades de la red, teléfonos públicos, otros no asociados a la red (tiendas propias y proyectos de Corporativo) y plataformas de VAS

Estructura de capital

Estructura de la deuda a Dic-15 para apalancar el crecimiento de la inversión de la Compañía

Perfil de deuda anterior

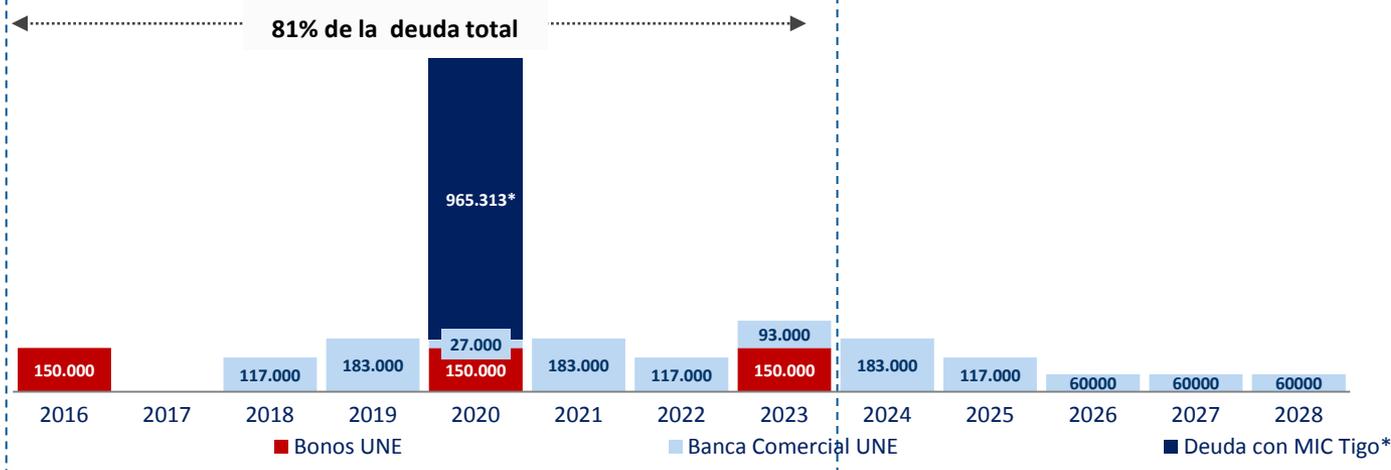
Millones de Pesos



- Vencimientos aumentaron de 5 a 13 años en préstamos con la Banca Comercial

Perfil de deuda actual

Millones de Pesos



*TRM cierre Dic-15: \$3.149,47 COP/USD

Información de la Emisión

Generalidades

- **Emisor:** UNE EPM Telecomunicaciones S.A.
- **Clase de Título:** Bonos de Deuda Pública Interna.
- **Monto de la Emisión:** Hasta COP\$ 540,000,000,000.
- **Inversión Mínima:** Un (1) Bono.
- **Calificación:** AAA por BRC Investor Services .
- **Plazo de Redención:** Uno (1) y veinte (20) años.
- **Amortización:** Al vencimiento o amortizables.
- **Ley de Transferencia:** A la orden.
- **Objetivos Económicos:** (i) Reperfilamiento de la deuda actual
(ii) Financiamiento del plan de inversiones de la Compañía y/o Subordinadas.
- **Valores Inscritos:** RNVE y BVC.

Agentes Participantes

<ul style="list-style-type: none"> • Emisor 	<ul style="list-style-type: none"> • RLTB* 	<ul style="list-style-type: none"> • Agencia Calificadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurador y Líder Colocador 	<ul style="list-style-type: none"> • Otros Agentes Colocadores   
--	---	--	---	---	---

Nota: La información detallada de las series, los plazos, indexaciones y sus condiciones se encuentran en el Prospecto de Información. La destinación concreta de los recursos para cada actividad se determinará, en términos porcentuales, en el respectivo Aviso de Oferta Pública.

* RLTB: Representante Legal de Tenedores de Bonos.

Series

Series	Denominación	Tasa	Valor Nominal /Bono
Serie A	Pesos	IPC	COP 10,000,000
Serie B	Pesos	DTF	COP 10,000,000
Serie C	Pesos	Tasa Fija	COP 10,000,000
Serie D	UVR	Tasa Fija	UVR 10,000
Serie E	Dólares	Tasa Fija	USD 1,000

Gracias

