

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Telefónica Publicidad e Información, S.A. de conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la Ley 24/1998, de 28 de julio, del Mercado de Valores, en cumplimiento de la Orden Ministerial de 22 de Diciembre de 1999, por la que se creó un segmento especial de negociación en las Bolsas de Valores, denominado “Nuevo Mercado” y de acuerdo con la circular 1/2000 de la CNMV recogiendo la obligación de las sociedades admitidas en dicho segmento de informar, al menos una vez al año de manera específica, sobre la marcha y evolución del negocio, así como de las perspectivas del mismo, procede por medio del presente escrito a comunicar el siguiente:

HECHO RELEVANTE

1.- EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL EMISOR

Los resultados atribuibles al Grupo TPI durante el primer trimestre del año comparadas con las mismas cifras del año anterior son los siguientes:

Principales datos financieros, TPI Grupo Consolidado

<i>(millones de euros)</i>	1T 02	1T01	Var (%)	2001
Ingresos	62,91	24,57	156,1%	511,68
EBITDA	7,54	-9,05	ns	128,80
Margen EBITDA	12,0%	-36,9%	ns	25,2%
Beneficio Neto	2,46	-7,75	ns	64,90
Recursos Generados ⁽²⁾	10,16	-4,04	ns	92,79

Nº. Acciones (31 de marzo 2002): 368.234.331

(1) Datos en euros constantes con tipos de cambio medio del 1T02:

Peso/Euro: 574,713

Real/Euro: 2,087

Sol/Euro: 3,020

(2) Resultado Neto +/- Resultados Extraordinarios +/-Diferencias Cambio + Amortizaciones

Estos resultados no son comparables entre años, ni extrapolables al final del período. Esto es debido, fundamentalmente, a variaciones en el calendario de publicación de guías entre períodos y a la mayor concentración de las mismas en el segundo semestre del año.

Otros efectos que se producen en el primer trimestre del año y que dificultan aún más la comparación con el mismo período del año anterior, son los siguientes:

- ? Incorporación de la Cuenta de Resultados de TPI Perú a las cuentas consolidadas del Grupo a partir del 1 de enero de 2002.
- ? Nuevo marco contractual entre Publiguías y Telefónica CTC con efecto a partir del 30 de junio de 2001.
- ? Diversos aspectos que afectan a TPI Brasil: expansión a nuevas zonas, pérdida del contrato con Listel y modificaciones en los contratos con la operadora, principalmente.

Los **ingresos** del Grupo TPI crecen un 156,1% con respecto al primer trimestre de 2001, hasta un total de 62,91 millones de euros; esta variación se debe fundamentalmente a:

- ? Crecimiento en los ingresos publicitarios del negocio papel del 164,6% hasta un total de 47,85 millones de euros. Este crecimiento se debe fundamentalmente a:
 - Notable crecimiento del negocio editorial en España que alcanza el 38,7%.
 - Incorporación de los ingresos publicitarios del negocio editorial de TPI Perú que ascienden a 25,32 millones de euros. TPI Perú consolida en la Cuenta de Resultados del Grupo TPI a partir de enero de 2002.

- ? Fuerte crecimiento en los ingresos del negocio Internet, que alcanzan los 6,18 millones de euros, avanzando un 107,0% sobre el primer trimestre de 2001.
- ? Mayores ingresos en Páginas Habladas que crecen un 92,4% hasta los 1,61 millones de euros, de los que un 60% proceden de TPI España, un 36% de TPI Brasil y un 4% de Publiguías.

Los **gastos de explotación** crecen un 66,5% con respecto al mismo período de 2001. Este incremento proviene fundamentalmente de:

- ? La mayor actividad desarrollada por TPI España y cuyo resultado es la publicación de 5 guías más de Páginas Blancas que en el primer trimestre de 2001.
- ? los mayores gastos registrados por TPI Brasil como consecuencia de su mayor estructura.
- ? y de la incorporación de la cuenta de resultados de TPI Perú al resultado consolidado del Grupo TPI.

El Grupo alcanza un **EBITDA** positivo por importe de 7,54 millones de euros comparado con un EBITDA negativo de -9,05 millones de euros en el primer trimestre del 2001.

Los **resultados financieros** negativos se elevan a -2,38 millones de euros, recogiendo, entre otros, el impacto de la deuda contraída por la compra del 100% de TPI Perú, los gastos financieros asociados al desarrollo de TPI Brasil y los gastos financieros derivados de la cancelación anticipada del contrato entre Publiguías y TCTC.

Además se produce la amortización del fondo de comercio por importe de 0,77 millones de euros, consecuencia del fondo de comercio generado en la compra de Publiguías (34,73 millones de euros), de Goodman Business Press (8,30 millones de euros) y de TPI Perú (18,19 millones de euros), con un plazo de amortización de 20 años.

El **resultado neto** pasa de una pérdida de 7,75 millones de euros en el primer trimestre del año, a una ganancia neta por importe de 2,46 millones de euros en el mismo trimestre de 2002, recogiendo el impacto de lo señalado en párrafos anteriores. Por último destacar la no extrapolabilidad de los resultados del primer trimestre y la no comparabilidad de los mismos, debido a los distintos efectos ya comentados.

PREVISIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO 2002

(millones de euros)	2001	Prev. 2002 *
Ingresos Publicitarios	448,81	+ 11/13%
Negocio Papel	425,76	+ 10/12%
Negocio Internet	19,27	+ 25/30%
Páginas Amarillas Habladas	3,78	+ 10/12%
Ingresos Operadora	58,93	- 18/-20%
Total Ingresos	511,68	+ 7/9%
EBITDA	128,80	+ 13/16%

Datos en euros constantes con tipos de cambio medio del 1T02:

Peso/Euro: 574,713

Real/Euro: 2,087

Sol/Euro: 3,020

* Estimaciones según el perímetro de consolidación actual

El Grupo TPI, prevé alcanzar un crecimiento de **EBITDA para el ejercicio 2002 entre un 13-16 % con respecto al obtenido en el año 2001**. Asimismo, **las previsiones en cuanto al crecimiento de los ingresos para el ejercicio 2002 respecto al ejercicio anterior se sitúan entre un 7-9%**. Esto se explica fundamentalmente por:

- ? la solidez del negocio en TPI España cuyo crecimiento en ingresos y estabilidad de EBITDA permite sustentar el crecimiento rentable del grupo,
- ? la incorporación de TPI Perú,
- ? la buena evolución de nuestros negocios en Latinoamérica.

El desglose de las previsiones, por líneas de negocio del Grupo es el siguiente:

- ? Ingresos Publicitarios: las previsiones apuntan un crecimiento del orden del 11-13%.
 - ? Negocio papel: la previsión de crecimiento de ingresos durante el año 2002 se sitúa entre un 10% y un 12% con respecto al 2001.
 - ? Negocio Internet: las previsiones apuntan a un crecimiento del orden del 25-30%.
 - ? Páginas Amarillas Habladas: los ingresos crecerán en torno al 10-12% con respecto al ejercicio 2001.
- ? Ingresos Operadora: los ingresos por Operadora experimentarán una caída del 18 al 20%, recogiendo el impacto de la incorporación de TPI Perú a las cuentas consolidadas del Grupo, el nuevo marco contractual entre Publiguías y TCTC efectivo a partir del 30 de junio de 2001 y el efecto negativo de la pérdida sustancial de los ingresos procedentes de Telesp por la publicación de LTOGs como consecuencia de la nueva regulación de Anatel.

Hay que destacar que todos estos crecimientos se han calculado tomando como base los tipos de cambio medio aplicables en el primer trimestre del año y por tanto variaciones importantes en éste podrían alterar nuestras previsiones.

Estos datos están avalados, por el hecho de que se han cubierto a marzo 2002 alrededor del 48% de las ventas previstas para el conjunto del Grupo TPI y de que a medida que se vayan publicando las guías y los anuncios en Internet y Páginas Habladas, estas ventas se irán traduciendo en ingresos.

El Grupo TPI, prevé alcanzar un crecimiento de EBITDA para el periodo 2002-2005 entre un 13% y un 17%, con respecto al obtenido en el año 2001. Asimismo, las previsiones en cuanto al crecimiento de los ingresos para el periodo 2002-2005 se estiman entre un 7% y un 11% respecto al ejercicio 2001.

2.- PLANES DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PREVISTOS PARA EL DESARROLLO Y EXPANSIÓN

La estrategia de la compañía, con el objetivo último de maximizar el valor de la misma y el crecimiento de la rentabilidad en beneficio del accionista, busca la consolidación de TPI como grupo global de publicidad e información apoyándose en el crecimiento del negocio editorial, la diversificación de las fuentes de ingresos/negocios y el apalancamiento de la compañía como intermediario entre oferta y demanda.

Así, TPI está buscando activamente oportunidades nacionales e internacionales en términos de asociaciones o alianzas, y posibles adquisiciones. Aunque, geográficamente, el marco prioritario es Latinoamérica, también se analizan oportunidades en otros países.

TPI seguirá desarrollando su negocio editorial, explotando el potencial existente en los mercados actuales maximizando ingresos.

Las líneas y acciones estratégicas que sustentan estas vertientes se desarrollan a continuación.

TPI tiene como objetivo continuar con la expansión geográfica ya iniciada dentro de Latinoamérica, pero sin descartar oportunidades que surjan en otros mercados.

Dentro de esta expansión geográfica cabe destacar la presencia de TPI en Brasil, start-up que se inició con la constitución de TPI Brasil (51% TPI, 49% Telefónica Internacional S.A.), se prevé continuar con la capitalización de la compañía en función de las necesidades que resulten de la evolución del negocio.

Asimismo en diciembre de 2000 se cerró la compra del 51% de Publiguías en Chile y en febrero de este año se culminó con éxito la adquisición del 100% de TPI Perú.

TPI tiene vocación de empresa global lo que implica un esfuerzo continuado para detectar nuevas oportunidades de inversión que refuercen su presencia internacional al tiempo que generen valor para los accionistas.

Maximización de los ingresos, desarrollando nuevos productos y servicios. Se trata de ofrecer a los clientes una mayor y más eficaz diversidad de medios para comunicarse con los clientes y todo ello sin perder de vista que estos nuevos productos estarán siempre concebidos para dar satisfacción al cliente.

En el caso de España existe margen para mejorar en ingresos y rentabilidad si se compara a TPI con otras empresas europeas. Para LATAM, existe espacio para el crecimiento que vendrá determinado por la transferencia del "Know-how" y la implementación de las mejores prácticas en el desarrollo de productos, reducción de costes, comercialización y establecimiento de sistemas de precios.

Además, el Grupo hace uso de su tamaño para explotar cualquier sinergia potencial y las posibles economías de escala. Cabe destacar que en el 2001, se centralizó la compra de papel y la contratación de las imprentas.

En un impulso decidido por crear nuevas fuentes de ingresos, TPI apuesta por la diversificación en sectores que presenten encaje estratégico con el suyo. Se trata, en definitiva, de evolucionar hacia un modelo de negocio más transaccional, aprovechando las fortalezas esenciales de la Compañía, amplia base de usuarios y clientes, elevado número de contactos asociados a los productos y un alto reconocimiento de marca.

El Grupo TPI espera continuar dependiendo de las siguientes fuentes de financiación:

- ? Flujos de caja de las actividades operativas.
- ? Préstamos del Grupo Telefónica
- ? Préstamos de otros bancos e instituciones financieras.

El Grupo TPI continuará desarrollando su política financiera en función de las circunstancias y situación de los mercados financieros, buscando optimizar la relación deuda / recursos propios en sus estados financieros.

3.- POLÍTICA DE GESTIÓN DE RIESGOS

Los resultados generados por las compañías participadas en Latinoamérica y su valor de realización se pueden ver afectados por el riesgo país, la evolución del ciclo económico con su impacto en la demanda y el consumo y las oscilaciones de los tipos de cambio cruzados.

El Grupo TPI mantiene una política de cobertura de determinados riesgos de tipo de cambio que aunque ha permitido proteger el valor de las inversiones y los flujos recibidos de las mismas en determinadas circunstancias, no puede asegurar la supresión del riesgo citado, ni su efectiva protección en todas las circunstancias.

Al objeto de establecer su estrategia de cobertura, la compañía analiza el efecto de la evolución del tipo de cambio cruzado de las monedas locales de los países de la inversión con respecto a la peseta, considerando:

- a) Los movimientos de los tipos de cambio de las monedas locales con respecto al dólar,
- b) Y los de esta última moneda contra el euro.

No obstante, la condición de inversor a largo plazo del Grupo TPI en el área, abre la posibilidad de recuperar las pérdidas coyunturales provocadas por el comportamiento de los factores antes mencionados.

Fdo. Antonio Marti Ciruelos
Director General de Finanzas y Control Corporativo