



Páginas Amarillas

**NOTA DE PRENSA
PRESS RELEASE**

24/2/2000

El Consejo propondrá a la Junta de Accionistas el reparto de un dividendo complementario de 5.944 millones de pesetas, equivalente al 60% del beneficio neto atribuible a los tres últimos trimestres del año.

LOS INGRESOS DE TPI CRECIERON UN 28,8% EN 1999, HASTA ALCANZAR LOS 55.949 MILLONES DE PESETAS

- El EBITDA aumentó un 58,6%, alcanzando los 18.018 millones de pesetas, mientras que el beneficio neto lo hizo en un 93%, hasta los 13.781 millones, recogiendo el impacto de resultados extraordinarios de 3.409 millones.
- Los ingresos por publicidad de los productos en papel crecieron un 18,5%, hasta los 50.875 millones; y los relacionados con productos multimedia (Páginas Amarillas On Line y Páginas Amarillas Habladas), un 469,4%, llegando a los 870 millones de pesetas.
- Páginas Amarillas On Line se consolidó en diciembre como el quinto website español con más páginas vistas, y el sexto con más visitas, según datos de OJD.
- TPI Brasil alcanzó en su primer año unos ingresos de 1.031 millones de pesetas.

Todos los datos que aparecen en el presente informe hacen referencia a TPI considerada individualmente. La razón está en el cambio habido en el perímetro de consolidación contable como consecuencia de la venta al Grupo Telefónica durante el primer semestre de 1999 de las empresas Ecuatel, Venturini y DoubleClick, y que hace que los datos consolidados no sean comparables entre ejercicios (Folleto Informativo inscrito en la CNMV con fecha de 4 de junio de 1999).

Madrid, 24 de febrero de 2000.- Los ingresos de Telefónica Publicidad e Información (TPI) crecieron un 28,8% en 1999, hasta alcanzar los 55.949 millones de pesetas (336,26 millones de euros). Este crecimiento se debe fundamentalmente a:

- Los ingresos por publicidad de productos papel aumentaron un 18,5% hasta los 50.875 millones de pesetas (305,76 millones de euros). Las Páginas Blancas recogieron un crecimiento del 52% y Páginas Amarillas crecieron un 11,2% hasta los 39.141 millones de pesetas (235,24 millones de euros).
- Los ingresos de productos multimedia (Páginas Amarillas On Line y Páginas Amarillas Habladas) crecieron un 469,4% en 1999, alcanzando un importe de 870 millones de pesetas (5,23 millones de euros), comparado a los 153 millones de pesetas (0,92 millones de euros) obtenidos durante el año 1998.
 - Páginas Amarillas On Line (www.paginas-amarillas.es) registraron un crecimiento del 187,7% hasta sumar 432 millones de pesetas (2,60 millones de euros). Según datos de la OJD Páginas Amarillas On Line ocupa en diciembre la quinta posición en número de páginas vistas y la sexta en número de visitas según el ranking de web sites de la OJD.
 - Páginas Amarillas Habladas (906 365 024) consolidó el número mensual de llamadas que recibe en su plataforma telefónica. En el último trimestre se recibieron un total de 298.946 llamadas. Los ingresos llegaron a los 421 millones de pesetas (2,53 millones de euros), de los que el 15% correspondieron al tráfico telefónico.
- El nuevo contrato firmado con Telefónica en mayo de 1999, que recoge los ingresos por edición, publicación y distribución de Páginas Blancas.

El EBITDA se incrementó un 58,6%, alcanzando en 1999 un importe de 18.018 millones de pesetas (108,29 millones de euros). El margen de EBITDA pasó del 26,2% en 1998 al 32,2% en 1999.

El beneficio neto creció un 93% hasta los 13.781 millones de pesetas (82,83 millones de euros), recogiendo el impacto positivo de unos resultados extraordinarios cuyo importe bruto ascendió a 3.409 millones de pesetas (20,49 millones de euros). La partida más importante de estos ingresos extraordinarios corresponde a la venta a Telefónica de las filiales Estratel, Venturini y DoubleClick durante el primer semestre de 1999 y la de los gastos extraordinarios se debe fundamentalmente a la rescisión anticipada del contrato anterior de Páginas Blancas.

El Cash Flow (beneficio neto más amortizaciones) aumentó un 69,6%, alcanzando los 14.916 millones de pesetas (89,65 millones de euros).

Principales indicadores

Datos financieros (TPI individual)

(millones de pesetas)	1999	1998	% Var.
Ingresos	55.949	43.450	28,8
EBITDA	18.018	11.363	58,6
Margen EBITDA	32,2%	26,2%	22,9
Beneficio Neto	13.781	7.141	93,0
Cash Flow*	14.916	8.794	69,6
EPS	112		

nº. acciones: 122.608.500

*Cash Flow: Beneficio Neto más Amortizaciones

Datos Operativos

	Páginas Amarillas		Páginas Blancas	
	1999	1998	1999	1998
Libros Publicados	61	60	47	38
Tirada ('000)	15.104	14.776	14.005	10.768
	Páginas Amarillas On-Line		Páginas Blancas On-Line	
	3T99	4T99	3T99	4T99
Nº Visitas	853.740		1.633.157	
Páginas Vistas ('000)	20.407		35.351	
	Páginas Amarillas Habladas		Páginas Blancas Habladas	
	3T99	4T99	3T99	4T99
Nº Llamadas	265.965		298.946	

Ingresos por Producto

	1999	1998	% Var.
Ingresos Páginas Amarillas	39.141	35.212	11,2
Ingresos Páginas Blancas*	11.541	7.595	52,0
Ingresos Europages	193	139	38,8
Ingresos Online	449	150	198,6
Ingresos Páginas Habladas	421	2	--
Total Program. Multimedia	270	155	46,3

* No se incluye los ingresos por Edición y Distribución de Páginas Blancas de la Guía Básica de Referencia recibidos de Telefónica

Evolución de la cuenta de resultados (TPI individual)

(millones de pts.)	1999	1998	% Var.
Ingresos de explotación	55.949	43.450	28,8
Ingresos Productos papel	50.875	42.948	18,5
Páginas Amarillas	39.141	35.212	11,2
Páginas Blancas	11.541	7.595	51,9
Europages	193	139	38,5
Ingresos Productos Multimedia	870	153	469,4
Páginas Amarillas Online	432	150	187,7
Europages Online	16	0	17.257,2
Páginas Amarillas Habladas	421	2	nm
Edición y Distr. P.Blancas	3.799	0	nm
Otros	406	352	15,4
Gastos de explotación	39.066	33.740	15,8
Personal	9.658	7.984	21,1
Gastos de Personal	6.707	5.864	14,4
Comisiones	2.962	2.121	39,7
Fichero	578	5.000	(88,4)
Comisión Cesión de Gestión P.B.	4.452	1.022	335,6
Comercialización externa	1.889	1.429	32,1
Producción ¹	9.580	8.928	7,3
Marketing	3.445	2.404	43,3
Servicios externos	2.732	1.708	60,0
Provisiones	2.430	1.756	38,4
Amortizaciones	1.135	1.653	(31,3)
Otros Gastos	2.023	1.988	1,8
Obra en curso	1.134	(132)	(9,6)
Margen de explotación	16.883	9.710	73,9
Margen EBIT	30%	22%	
Ingresos Financieros	46	1.243	(96,3)
Gastos Financieros	97	45	114,7
Ingresos Extraordinarios	5.355	535	901,4
Gastos Extraordinarios	1.946	824	136,2
Resultado Antes de Impuestos	20.242	10.619	90,6
Impuestos	6.461	3.478	85,7
Resultado Neto	13.781	7.141	93,0
Margen Beneficio Neto	24,6%	16,4%	
EBITDA	18.018	11.363	58,6
Margen EBITDA	32,2%	26,2%	

Nota 1: Incluye Coste de Materiales, Imprenta y distribución

Ingresos de explotación

Durante el año 1999 los ingresos crecieron un 28,8% con respecto al año 1998 debido a que:

En Páginas Amarillas los ingresos subieron un 11,2%, llegando a 39.141 millones de pesetas (235,24 millones de euros). Este aumento se explica fundamentalmente por el aumento de los ingresos medios por cliente en un 10,5% llegando a 120.700 pesetas (725 euros), el aumento de los anuncios en color (pasaron de representar un 51,5% al 58,3% del total de la facturación), el crecimiento en el número de clientes (de un 0,6% hasta sumar 324.193) y el incremento del 4,8% experimentado en los precios. El uso de Páginas Amarillas entre compañías y profesionales creció un 10% hasta sumar 1,2 millones de usuarios. En el sector residencial el uso aumentó un 3,3%, hasta cerca de los 18,5 millones de usuarios. Las consultas de compañías se elevaron un 22,7%, hasta 62,8 millones, y las de residenciales subieron un 1,6%, hasta 359,6 millones.

En Páginas Blancas los ingresos publicitarios crecieron un 51,9%, alcanzándose los 11.541 millones de pesetas (69,36 millones de euros). Dentro de este producto cabe destacar los ingresos recibidos de Telefónica y los generados por TPI. Así, los provenientes de ventas realizadas por TPI ascienden a 4.778 millones de pesetas (28,72 millones de euros); los procedentes de ventas de Telefónica de guías publicadas en 1999 suman 1.370 millones de pesetas (8,21 millones de euros); y los ingresos procedentes de guías publicadas antes del final de 1998 se elevan a 5.393 millones de pesetas (32,41 millones de euros).

En Europages los ingresos crecieron un 38,5%, llegando hasta los 193 millones de pesetas (1,10 millones de euros). Europages Online, producto que se ha comenzado a comercializar durante este año, ha contribuido a los ingresos de la compañía en 16 millones de pesetas (0,10 millones de euros), un 8% del total de los ingresos de este producto.

En Páginas Amarillas Online los ingresos alcanzaron los 432 millones de pesetas (2,60 millones de euros), lo que supone un incremento del 187,7%. Este crecimiento se debe en parte a la buena acogida que han tenido los nuevos desarrollos e iniciativas de la compañía en Internet. El número de clientes de pago creció desde los 3.034 registrados a diciembre de 1998 hasta los más de 17.000 de final de 1999. Las Páginas Amarillas On Line se han situado como el quinto website español por páginas vistas y el sexto por visitas en diciembre, según datos de OJD.

En Páginas Amarillas Habladas los ingresos por publicidad alcanzaron 359 millones de pesetas (2,16 millones de euros). Por su parte, los ingresos por tráfico telefónico ascendieron a 62 millones de pesetas (0,37 millones de euros), lo que arroja una cifra de ingresos global de 421 millones de pesetas (2,53 millones de euros). El número de clientes creció un 35% durante el cuarto trimestre hasta un total de 42.537.

El nuevo contrato firmado con Telefónica en mayo de 1999, que recoge ingresos por edición, publicación y distribución de las Páginas Blancas.

Gastos de explotación

Los gastos por operaciones aumentaron un 15,8% como consecuencia, principalmente, de:

- Mayores gastos de producción (materiales, imprenta y distribución) por el aumento del número de guías de Páginas Blancas y la impresión a todo color (cuatricromía), el incremento en tirada, páginas, mayor gramaje de papel y nuevas secciones en Páginas Amarillas.
- Aumento del 15,1% de los gastos de personal por la actualización de los sueldos y salarios del personal sujeto a convenio al IPC, al incremento de la plantilla, gastos de formación y al aumento del gasto por jubilaciones e indemnizaciones.
- La contraprestación económica por importe de 4.452 millones de pesetas (26,76 millones de euros) a favor de Telefónica por la cesión a TPI de la contratación comercial de Páginas Blancas, según el nuevo contrato firmado con Telefónica, junto a comisiones por libros.
- Aumento de los gastos de Marketing, que sumaron 3.445 millones de pesetas (20,70 millones de euros) por campañas de fomento de productos y marca.

Otros capítulos de gasto que registran incrementos son las comisiones a vendedores, gastos por servicios de comercialización, servicios externos, provisiones de tráfico y obra en curso.

Por su parte, disminuyeron los gastos relacionados con el coste del fichero, que pasa de 5.000 a 578 millones de pesetas (de 30,05 a 3,47 millones de euros) y las amortizaciones, que se redujeron 1.653 a 1.135 millones de pesetas (de 9,93 a 6,82 millones de euros).

Resultados financieros

En 1999 se recoge un resultado financiero negativo por importe de 51 millones de pesetas (0,31 millones de euros), comparado con un resultado positivo durante el mismo período de 1998 de 1.198 millones de pesetas (7,20 millones de euros) fundamentalmente por la ausencia del dividendo percibido por la participación en Estratel.

Resultados extraordinarios

El resultado extraordinario de 1999 proviene en su mayor parte de la venta de Venturini, Estratel y Doubleclick por las que se obtuvo un beneficio extraordinario de 4.703 millones de pesetas (28,27 millones de euros). Los gastos extraordinarios alcanzaron los 1.946 millones de pesetas (11,70 millones de euros) por la rescisión anticipada del contrato anterior de Páginas Blancas y dotaciones a provisiones.

EBITDA

Como consecuencia de todo lo anterior, el EBITDA creció un 58,6%, en términos absolutos. Así mismo, el margen del EBITDA sobre ingresos crece significativamente, pasando de un 26,2% en 1998, a un 32,2% en 1999.

Resultado después de impuestos

El resultado después de impuestos se incrementó un 93,0% hasta 13.781 millones de pesetas (82,83 millones de euros)

Grupo Internacional

Brasil

El 29 de abril de 1999 TPI constituyó la sociedad Telefónica Publicidade e Informação, S.L. (TPI Brasil) con un capital de 340.000 reales, que posteriormente se amplió hasta los 350.000 reales. TPI participa en esta sociedad con un 51% del capital, estando el 49% en Telefónica Internacional.

Hasta la fecha, TPI Brasil ha firmado contratos con los operadores Telesp, CIBC y CTC mediante los cuales se convierte en la editora para la comercialización, edición y distribución de la LTOG (Páginas Blancas) en Sao Paulo Interior y Rio Grande do Sul. Además, la compañía firmó para Sao Paulo Interior un contrato con la editora Listel, subcontratándole la comercialización, edición y distribución de la LTOG. En base a los contratos con Telesp, CIBC y Listel se han publicado durante 1999 doce guías conjuntas de Páginas Amarillas y Páginas Blancas y nueve callejeros. TPI Brasil presentó en 1999 las siguientes cuentas anuales resumidas:

CUENTA DE RESULTADOS		BALANCE	
<i>(millones de pts.)</i>	<u>1999</u>	<i>(millones de pts.)</i>	<u>1999</u>
Ingresos	1.031,6	Activo	886,7
EBITDA	155,9	Inmovilizado	29,8
Margen EBITDA	15%	Activo Circulante	856,9
8º Neto	10,3	Pasivo	886,7
Cash Flow*	11,5	Fondos Propios	42,4
		Deuda a CP	844,4

*Cash Flow: Beneficio Neto más Amortizaciones

Chile

Con posterioridad al cierre del ejercicio, TPI ha alcanzado con Telefónica Internacional un acuerdo que le concede el control de Publiguías (empresa líder en el sector de directorios de Chile) mediante una participación indirecta del 26%. Esta participación se instrumentará a través de la adquisición del 51% en la sociedad que controla el 51% de Publiguías. Dicho acuerdo se prevé que pueda materializarse a finales del primer trimestre del año 2000.

Publiguías tiene como principal fuente de ingresos la publicidad que vende en sus productos papel (Páginas Amarillas y Páginas Blancas) y cuenta además con la versión en Internet de ambos productos, apoyo en audiotexto para anuncios en papel, servicio de atención telefónica (número 700) y la gestión de publicidad en cabinas telefónicas para CTC Chile.

A diciembre de 1999, Publiguías había publicado un total de 10 guías de Páginas Amarillas y Páginas Blancas. Con una circulación de más de 3 millones de ejemplares Publiguías contaba a diciembre de 1999 con más de 58.000 clientes.

Política de reparto de dividendos

Previo la salida a Bolsa de la compañía, la Junta General de Accionistas de TPI en su reunión de 28 de abril de 1999 acordó el pago a Telefónica de un dividendo extraordinario por importe de 9.126.566.716 pesetas con cargo a reservas y de un dividendo a cuenta con cargo a los resultados del ejercicio 99 por importe de 3.873.433.284 pesetas.

El Consejo de Administración de la compañía de fecha 22 de febrero de 1999 acordó proponer a la Junta General de Accionistas para su aprobación el reparto de un dividendo complementario de 5.544 millones de pesetas, equivalente al 60% del beneficio neto atribuible a los tres últimos trimestres del año 1999.

Plan de stock options para directivos

La Junta General de Accionistas, en su reunión de 28 de abril de 1999, acordó ampliar el capital social de TPI en la cifra de 20 millones de pesetas (120.202,45 euros) mediante la emisión y puesta en circulación de 2.404.049 nuevas acciones ordinarias de la misma serie y con los mismos derechos que las emitidas anteriormente, de 0,05 euros de valor nominal cada una de ellas. Esta ampliación de capital tuvo por objeto exclusivo la creación de un plan de opciones sobre acciones a favor de directivos de la Sociedad, razón por la que se acordó excluir el derecho de suscripción preferente que correspondería al accionista único de la sociedad (Telefónica), siendo suscritas la totalidad de dichas nuevas acciones en ese mismo acto por La Caixa, con quien se cambió el oportuno contrato, por el que La Caixa otorgó a TPI un derecho de opción de compra irrevocable sobre las 2.404.049 acciones emitidas.

El Consejo de Administración de TPI en su reunión del 8 de julio de 1999 ratificó la aprobación que la Comisión de Nombramientos y Retribuciones del 22 de junio de 1999 había realizado sobre la puesta en marcha del programa de incentivos, adjudicando a 25 directivos de la compañía un total de 960.000 opciones sobre acciones (0,8% del capital).

El Consejo de Administración de TPI de 22 de diciembre de 1999 aprobó la propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de la misma fecha y, dentro del límite anteriormente mencionado de 960.000 opciones, amplió el número de directivos beneficiarios a 27.

Productos

Páginas Amarillas

Durante 1999 las guías de Páginas Amarillas han incorporado diversas mejoras incluídas tanto en las páginas informativas como en el cuadernillo de planos y callejeros. Asimismo, se han incorporado nuevos contenidos editoriales como Encarte Xacobeo'99 y la sección "De compras por Andorra".

Además, seis de las guías más importantes han incluido la sección de 'todotietas', que recoge una selección de establecimientos que destacan por la calidad y singularidad de su oferta.

Durante los meses de mayo y junio se realizó una importante campaña de publicidad en medios para el proceso de salida a Bolsa de la compañía, con el objetivo de consolidar la imagen de la marca y afianzar a Páginas Amarillas como un producto imprescindible en la vida cotidiana. Este ha sido el eje fundamental en la publicidad de la marca a través de televisión, acción que se ha visto complementada con campañas tácticas que ofrecían soluciones de ahorro de tiempo y desplazamiento, así como acciones y promociones para incrementar el fomento de uso y acciones de apoyo al área comercial.

Páginas Blancas

Tras asumir TPI la gestión de la "Guía Alfabética" de Telefónica, en el mes de abril se lanzó en Cuenca la primera guía con el nuevo concepto de Páginas Blancas. Tiene una nueva imagen y marca en portada, y un rediseño integral de las páginas informativas, índices y cuerpo de guía. Además, se ofrece una mayor gama de anuncios y se han creado las 'Páginas de la Salud', que incluyen publicidad de clientes.

Páginas Habladas

En marzo de 1999 se lanzó a nivel nacional el servicio Páginas Amarillas Habladas (906-365-024), servicio que pone a disposición del usuario toda la información contenida en Páginas Amarillas a través del teléfono. Además ofrece servicios de valor añadido como el salto de llamada, que pone en contacto al usuario con el anunciante, el envío de la información solicitada vía fax o e-mail, o el envío de mensajes cortos a teléfonos móviles. Es un servicio permanente, 24 horas todos los días del año.

Las conclusiones del último estudio de seguimiento de calidad del servicio, realizado por la consultora independiente Q-Índice durante el mes de julio de 1999, dan una valoración global de 8,3 puntos sobre 10, así como un elevado grado de fidelización y satisfacción, ya que según se desprende del estudio, el 90% de los encuestados aseguran que volverían a utilizar el servicio.

Páginas Amarillas On Line

Durante el año 1999 se han incorporado en este producto innovaciones, nuevos desarrollos y rediseños que han situado a Páginas Amarillas como el quinto website español con más páginas vistas y el sexto por visitas en diciembre, según datos de la OJD.

Entre los nuevos desarrollos destacan:

El Callejero más completo del país, con las calles de 137 localidades

La sección de Cupones Descuento que supone para los clientes de Páginas Amarillas una nueva forma de ampliar su oferta publicitaria.

La guía vertical "Como preparar tu Boda", primer web en España orientado a este tema, cuyo objetivo principal es aumentar la visibilidad de nuestros anunciantes, así como ofrecerles una serie de servicios de valor añadido.

La "Guía de Hobbies", que ofrece la posibilidad de encontrar información muy diversa referente a 18 hobbies y distintas aplicaciones al respecto.

El web "ciudadhoy.com" que contiene contenidos e información de carácter local de las principales ciudades españolas. Se han lanzado las primeras 25 ciudades, para posteriormente ampliarse a 27 ciudades más, hasta completar las 52 capitales de provincia.

Por su parte, los principales rediseños han sido:

El rediseño de Páginas Amarillas On Line en forma de directorio, ofreciendo al usuario la posibilidad de realizar búsquedas guiadas a través de 10 categorías principales. Además se incorporan los espacios publicitarios para la incorporación de banners. Este nuevo lanzamiento incluyó otras secciones de valor añadido como las Páginas Amarillas Internacionales y las Páginas de la Salud.

El nuevo diseño de la Guía "Donde Comer", en la que se realiza una exhaustiva depuración de los anunciantes para ofrecer a los usuarios una información actualizada.

La guía "Dónde Dormir" que cambió de nombre a "De viaje" con nuevos contenidos y servicios.

Páginas Blancas On Line

En julio se lanzó el servicio de Páginas Blancas On Line, con un diseño más adaptado al perfil del usuario de Internet, que ofrece la posibilidad de consultar las direcciones y teléfonos de particulares y empresas de toda España.

Centro Comercial Virtual

En septiembre se lanzó el Centro Comercial Virtual de Páginas Amarillas On Line con más de 500 tiendas virtuales de los principales sectores de actividad clasificadas por categorías. Con esta iniciativa, IPI facilita el acceso de todas las empresas y profesionales españoles al comercio electrónico, ofreciendo un servicio a medida que incluye, tanto el diseño y alojamiento de la tienda como la pasarela de pago, e incluso ventajosos acuerdos con diversas empresas de distribución. Se ha realizado un agresivo plan de captación de tiendas que ha proporcionado más de 2.000 solicitudes de diseño y creación de tiendas virtuales.

Durante las Navidades del año 1999 se lanzó una iniciativa llamada "El Correo de la Navidad" en el sitio www.navidadonline.com para que los niños escribieran la carta a los Reyes Magos y Papa Noel a través de Internet, circándose en la red La Tienda de la Navidad, en la cual los padres podían realizar las compras estableciéndose acuerdos con Toys'r us y la empresa de logística Seur.

ANEXO. Estados financieros pro-forma consolidados

Como consecuencia de las ventas de las filiales Venturini España, S.A. (Venturini), Estrategias Telefónicas, S.A. (Estratel) y DoubleClick Iberoamérica S.L. (DCI) realizadas en el primer semestre del ejercicio (Ver apartados 0.2.1.2. y III.6.2.3 del Folleto Informativo de la Oferta Pública de Venta de Acciones inscrito en el Registro Oficial de la Comisión Nacional del Mercado de Valores con fecha 4 de junio de 1999), la información consolidada y su comparación con ejercicios anteriores no es representativa, ya que en la actualidad se ha deshecho el grupo consolidado previo, para facilitar una mejor comparación de la evolución de la compañía, presentamos a continuación el Balance Pro-forma y la Cuenta de Resultados Pro-forma, ambos consolidados.

BALANCE PRO-FORMA CONSOLIDADO (millones de pesetas)

	1999	1998
ACTIVO	44.943	42.161
Inmovilizado	7.562	7.094
Participaciones Emp. del grupo	0	980
Resto inmovilizado	7.562	6.114
Fondo comercio y gastos a distribuir	17	39
Activo circulante	37.364	35.028
PASIVO	44.943	42.161
Fondos propios	12.365	11.529
Int. Socios extr. y provisión riesgos y gastos	1.206	1.038
Acreedores a largo plazo	2.173	1.445
Pasivo circulante	29.200	28.149

CUENTA DE RESULTADOS PRO-FORMA CONSOLIDADA (millones de pesetas)

	1999	1998
Ingresos de Explotación	56.972	43.582
Gastos de Explotación	39.961	33.863
Resultado de Explotación	17.012	9.719
Resultado Financiero y Extraordinario	-1.337	-97
Resultado antes de venta y dividendos	15.675	9.621
Beneficios venta de filiales	4.703	0
Dividendo filial	0	1.005
Resultado antes de impuestos	20.378	10.626
Impuesto de Sociedades y socios externos	6.594	3.484
Resultado después de impuestos y externos	133.784	7.143