Resultados 2002
(Enero-Junio 2002)

Datos en Euros

24 de Julio de 2002

Nota: Por efecto del redondeo, se producen pequeñas diferencias en las sumas parciales que aparecen con cifras decimales, así como en variaciones porcentuales.

El presente documento contiene o en su presentación se pueden hacer, manifestaciones de futuro (en el sentido usual y en el de la Private Securities Litigation Act USA de 1995) sobre intenciones, expectativas o previsiones de la compañía o de su dirección a la fecha del mismo, que se refieren a diversos aspectos, y entre ellos a la base de clientes y a su evolución, al crecimiento de distintas líneas de negocio y al del negocio global, a la cuota de mercado, a los resultados de la compañía y a distintos otros aspectos de la actividad y situación de la misma.

Así mismo y en cuanto a la posible evolución y perspectivas del negocio, los planes de inversión y financiación previstos para su futuro desarrollo o expansión para el ejercicio 2002, el documento se emite en conformidad con lo establecido en el punto primero 5) de la Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 22 de diciembre de 1999 y la Carta Circular 1/2000 de la CNMV para el segmento especial denominado "Nuevo Mercado".

Dichas intenciones, expectativas o previsiones están afectadas, en cuanto tales, por riesgos e incertidumbre que podrían determinar que lo que ocurra en la realidad no se corresponda con ellas y la compañía no se obliga a revisarlas públicamente en el caso de que se produzcan cambios de estrategia o de intenciones o acontecimientos no previstos que puedan afectar a las mismas, excepto en lo dispuesto en la norma antes mencionada.

Lo expuesto en esta declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la compañía y, en particular, por los analistas que manejen el presente documento. Se invita a todos ellos a consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por la compañía y, en particular, el folleto informativo y la información periódica registrada ante la CNMV.

El crecimiento sostenido en todas las áreas de negocio se traduce en una mejora significativa de los resultados del Grupo TPI en el primer semestre del año 2002

- Los ingresos crecen un 25,0% hasta alcanzar un total de 190,99 millones de euros.
  - Los ingresos publicitarios crecen un 22,0% hasta 174,20 millones de euros, y representan el 91,2% de los ingresos de explotación.
  - Los ingresos de operadora crecen un 80,3% hasta 14,72 millones de euros.
- El EBITDA crece un 153,1% hasta alcanzar un total de 30,46 millones de euros.
- El Beneficio Neto crece un 69,3% hasta los 13,15 millones de euros.
- Publicación de la segunda edición de GuiaMais en la capital de Sao Paulo cuyos ingresos alcanzan 18,86 millones de euros.
- Aumento en el uso de Páginas Amarillas en España cuyas consultas crecen un 16,2% hasta un total de 38,7 millones mensuales.[1]
- Aceleración en el tráfico en internet de TPI España. Las visitas crecen durante el primer semestre de 2002 en un 44,6% (+18% en el primer trimestre 02), y las paginas vistas lo hacen en un 26% (+32% en el primer trimestre 02).
- El crecimiento sostenido de todas las áreas de negocio permite mantener las previsiones anunciadas en el primer trimestre, a tipos de cambio medio del semestre. De mantenerse durante el resto del año los tipos de cambio actuales[2], se mantendrían nuestras previsiones de EBITDA, si bien la previsión de ingresos podría verse afectada.

[1] Fuente Emer GFK, junio 2002
[2] Tipos de cambio a 23 de julio de 2002

Resultados Primer Semestre 2002, TPI Grupo consolidado

Principales Datos Financieros (TPI Consolidado)

(millones de euros)	1S02	1S01	Var. (%)	2001
Ingresos	190,99	152,79	25,0%	511,68
EBITDA	30,46	12,04	153,1%	128,80
Margen EBITDA	15,9%	7,9%		25,2%
Beneficio Neto	13,15	7,77	69,3%	64,90
Recursos Generados (1)	29,14	16,35	78,2%	92,79

nº. acciones (30 junio, 2002): ***368.234.331***

Tipos de cambios medios del primer semestre 2002: *Peso/Euro: 617,28*; *Real/Euro: 2,1913*; *Sol/Euro: 3,1492*

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

Interpretación de los Resultados del Primer Semestre de 2002

En el primer semestre de 2002 se recogen varios efectos que dificultan la comparación con el año 2001. Estos efectos, explicados con mayor detalle a lo largo del informe de resultados, son fundamentalmente los siguientes:

- incorporación de TPI Perú a las cuentas consolidadas del Grupo,
- nuevo marco contractual entre Publiguías y Telefónica CTC con efecto a partir del 30 de junio de 2001,
- pérdida de ingresos por los contratos con Listel y Telesp por parte de TPI Brasil,
- diferente calendario de publicación de Páginas Amarillas y Páginas Blancas en TPI España

Una vez más queremos destacar que los resultados semestrales del Grupo TPI no son comparables entre años, ni extrapolables a final del año. Esto es debido fundamentalmente a variaciones entre períodos en el calendario de publicación de guías, y a la mayor concentración en la publicación de guías a partir del segundo semestre del año.

Grupo TPI, Previsiones Financieras 2002

El crecimiento sostenido de todas las áreas de negocio permite mantener las previsiones anunciadas en el primer trimestre, a tipos de cambio medio del semestre. De mantenerse durante el resto del año, los tipos de cambio actuales[3], se mantendrían nuestras previsiones de EBITDA, si bien la previsión de ingresos podría verse afectada.

Previsión de ingresos por línea de negocio (Grupo TPI)

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

Tipos de cambios medios del primer semestre 2002:
Peso/Euro: 617,28
Real/Euro: 2,1913
Sol/Euro: 3,1492

** Estimaciones de acuerdo al perímetro de consolidación actual*

[3] Tipos de cambio a 23 de julio de 2002

Cuenta de Resultados Consolidada Grupo TPI

(millones de euros)	1S02	1S01	Var. (%)
Ingresos de Explotación	**190,99**	**152,79**	**25,0%**
Ingresos Publicidad	174,20	142,81	22,0%
- Editorial	158,57	130,91	21,1%
- Multimedia	15,63	11,90	31,3%
Ingresos Operadora	14,72	8,16	80,3%
Otros ingresos[1]	2,07	1,82	14,0%
Gastos de Explotación	**(174,76)**	**(148,87)**	**17,4%**
Aprovisionamientos	(27,78)	(25,64)	8,3%
Personal	(40,33)	(38,12)	5,8%
Comisiones	(13,79)	(14,33)	-3,7%
Provisiones	(11,80)	(6,52)	81,0%
Amortizaciones	(14,23)	(8,13)	75,2%
Gastos Marketing	(15,44)	(18,40)	-16,1%
Otros Gastos	(47,53)	(48,42)	-1,8%
Obra en Curso	(3,87)	10,68	-136,2%
Resultado de Explotación	**16,23**	**3,92**	**314,6%**
Resultados Financieros	**(5,79)**	**(5,68)**	**2,0%**
Ingresos Financieros	0,38	2,17	-82,4%
Gastos Financieros	(6,18)	(7,85)	-21,3%
Resultados de sociedades por puesta en equivalencia	(0,71)	(0,45)	56,1%
Amortización de Fondo de Comercio	(1,54)	(1,09)	41,5%
Reversión diferencias negativas consolidación	0,71	0,00	ns
Resultados Extraordinarios	**(0,20)**	**0,77**	**-125,8%**
Ingresos Extraordinarios	0,59	0,98	-39,7%
Gastos Extraordinarios	(0,79)	(0,22)	267,0%
Impuesto sobre Beneficios	(8,13)	1,48	-648,8%
Resultado antes de Minoritarios	**0,57**	**(1,06)**	**-153,8%**
Intereses Minoritarios	12,58	8,83	42,5%
Resultado Neto	**13,15**	**7,77**	**69,3%**
EBITDA	**30,46**	**12,04**	**153,1%**
Margen EBITDA	**15,9%**	**7,9%**	**ns**
Margen EBIT	**8,5%**	**2,6%**	**ns**
Margen Beneficio Neto	**6,8%**	**5,1%**	**ns**

[1] *Incluye ingresos por venta de papel usado e ingresos por tráfico telefónico de Páginas Habladas y del servicio de información 098*

Comparación entre los resultados del primer semestre de 2002 y del primer semestre de 2001

Para facilitar la comparación de los resultados del primer semestre, separamos los crecimientos orgánico y por adquisiciones del Grupo TPI, aislando el efecto que supone la incorporación de los resultados de TPI Perú al Grupo Consolidado.

(millones de euros)	Gupo TPI [1] 1S02	1S01	Var. (%)
Ingresos	190,99	152,79	25,0%
EBITDA	30,46	12,04	153,1%
Margen EBITDA	15,9%	7,9%	

(millones de euros)	Crecimiento Orgánico 1S02	1S01	Var. (%)	Crecimiento via Adquisiciones [2] 1S02	1S01	Var. (%)
Ingresos	159,15	152,79	4,2%	31,73	-	ns
EBITDA	21,42	12,04	77,9%	9,10	-	ns
Margen EBITDA	13,5%	7,9%		28,7%	ns	

[1] Ajustes en consolidación hacen que la suma de crecimiento orgánico y crecimiento vía adquisiciones no coincida con el Grupo TPI
[2] Perú entra en el perímetro de consolidación del Grupo a partir de enero de 2002

El crecimiento orgánico del Grupo TPI asciende a un 4,2% en ingresos y a un 77,9% en EBITDA, mientras que la incorporación de TPI Perú aporta un crecimiento a los ingresos y al EBITDA del primer semestre del 20,8%, y del 75,2% respectivamente.

España representó el 66,6% de los ingresos del Grupo y aportó 36,65 millones de EBITDA durante el primer semestre del año. LATAM aportó el 33,4% restante de los ingresos, y un EBITDA negativo por importe de –6,13 millones de euros, comparado con un EBITDA negativo de -20,60 millones de euros en el primer semestre de 2001.

Comentarios a los resultados del primer semestre de 2002

Los **ingresos** del Grupo TPI crecen un 25,0% con respecto al primer semestre de 2001 hasta alcanzar 190,99 millones de euros. Este crecimiento en la cifra de ingresos se debe fundamentalmente a:

- Crecimiento de los ingresos publicitarios del 22,0% hasta un total de 174,20 millones de euros (91,2% de los ingresos totales correspondientes al primer semestre del año). Esta variación se debe fundamentalmente a:

  - Incorporación de TPI Perú a las cuentas consolidadas del Grupo. TPI Perú aporta un total de 26,54 millones de euros de ingresos procedentes de la venta de publicidad, el 15% de los ingresos publicitarios del Grupo durante el primer semestre de 2002.

  - Buena evolución de los ingresos publicitarios en TPI España que alcanzan un crecimiento del 9,3% hasta un total de 118,31 millones de euros. Destaca el buen comportamiento de los ingresos publicitarios en internet que crecen un 44,1% hasta un total de 11,44 millones de euros.

- Fuerte crecimiento de los ingresos de operadora (+80,3%) que alcanzan un total de 14,72 millones de euros. Estos ingresos recogen, fundamentalmente, los ingresos por la edición de la Guía Básica de Referencia (GBR) tras la publicación de 2 guías de páginas blancas en Perú, 24 en España, 4 en Chile, y 15 tiradas reducidas de LTOGs en Brasil.

Los **gastos de explotación** crecen un 17,4% debido fundamentalmente a:

- Incorporación de TPI Perú a las cuentas consolidadas del Grupo. Ex Perú, los gastos de explotación habrían experimentado un crecimiento del 2,0%.
- Mayor actividad desarrollada por TPI España con la publicación de un mayor número de guías.
- Reducción del 7,9%, en moneda local, de los gastos de explotación de TPI Brasil como consecuencia del establecimiento de medidas de control de gastos y de reducción de los niveles de morosidad.

El **EBITDA** crece un 153,1% hasta 30,46 millones de euros, y el margen mejora en 8 pp hasta el 15,9%.

La amortización del **fondo de comercio** asciende a 1,54 millones de euros, (+41,5%) recogiendo el impacto de la compra de TPI Perú. Los **Resultados Financieros** ascienden a −5,79 millones de euros, recogiendo fundamentalmente el impacto de la deuda adquirida para la financiación de la compra de TPI Perú y Publiguías, el pago del dividendo a cuenta del ejercicio 2001, los gastos financieros asociados al desarrollo de Brasil y a la cancelación anticipada del contrato entre Publiguías y Telefónica CTC.

El **Resultado Neto** de la compañía se eleva a 13,15 millones de euros, un 69,3% más que el alcanzado durante el mismo periodo de 2001.

Balance Consolidado Grupo TPI

ACTIVO

(millones de euros)	Junio 02	Marzo 02	Var.(%)	Año 2001
INMOVILIZADO	**107,32**	**114,73**	**-6,5%**	**119,72**
Gastos de Establecimiento	1,16	1,22	-4,9%	1,31
Inmovilizado Inmaterial	51,83	59,57	-13,0%	61,76
Inmovilizado Material	39,23	40,06	-2,1%	40,34
Inmovilizado Financiero	15,11	13,87	8,9%	16,31
FONDO DE COMERCIO EN CONSOLIDACIÓN	**57,55**	**58,30**	**-1,3%**	**40,88**
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	**0,12**	**0,14**	**-18,2%**	**0,02**
ACTIVO CIRCULANTE	**416,43**	**413,38**	**0,7%**	**389,50**
Existencias	46,69	61,86	-24,5%	36,66
Deudores	347,98	336,89	3,3%	344,40
Inversiones Financieras Temporales	15,75	8,72	80,5%	4,79
Tesorería	3,72	4,48	-17,0%	2,79
Ajustes por periodificación	2,30	1,43	60,4%	0,86
TOTAL ACTIVO	**581,41**	**586,55**	**-0,9%**	**550,12**

PASIVO

(millones de euros)	Junio 02	Marzo 02	Var.(%)	Año 2001
FONDOS PROPIOS	**109,35**	**105,26**	**3,9%**	**138,56**
Capital	18,41	18,41	0,0%	18,41
Prima de Emisión	7,63	7,63	0,0%	7,63
Reservas	79,35	79,07	0,4%	49,89
Diferencias de Conversión	(9,20)	(2,32)	296,7%	(2,27)
Pérdidas y Ganancias	13,15	2,46	434,7%	64,90
INTERESES SOCIOS EXTERNOS	**(4,55)**	**1,79**	**-353,9%**	**5,13**
PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	**5,65**	**6,48**	**-12,8%**	**5,97**
DIFERENCIAS NEGATIVAS DE CONSOLIDACION	**1,63**	**2,04**	**-19,9%**	**2,35**
ACREEDORES A LARGO PLAZO	**96,88**	**89,40**	**8,4%**	**105,45**
Deuda Financiera	77,67	72,83	6,6%	88,87
Otros Acreedores	19,21	16,57	15,9%	16,59
ACREEDORES A CORTO PLAZO	**372,44**	**381,59**	**-2,4%**	**292,66**
Deuda Financiera	80,46	86,00	-6,4%	44,31
Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	25,21	48,33	-47,8%	44,28
Acreedores Comerciales	72,43	69,41	4,4%	92,82
Otras deudas no Comerciales	60,19	56,04	7,4%	67,55
Ajustes por periodificación	134,15	121,81	10,1%	43,69
TOTAL PASIVO	**581,41**	**586,55**	**-0,9%**	**550,12**

Comentarios al Balance Consolidado del primer semestre de 2002

Activo

- **Fondo de Comercio en consolidación**. Esta partida experimenta un avance del 40,8% con respecto a diciembre de 2001, debido fundamentalmente a la compra de TPI Perú, cuyo fondo de comercio asciende a un total de 18,19 millones de euros amortizables en un periodo de 20 años.
- **Existencias**. Esta partida crece un 27,4% con respecto a diciembre de 2001, recogiendo fundamentalmente la incorporación de TPI Perú a las cuentas consolidadas del Grupo, así como la activación de costes asociados a guías aún pendientes de publicar a 30 de junio.

Pasivo

- **Fondos propios**. La variación de los fondos propios con respecto a diciembre de 2001 viene motivada por:

  - el reparto del dividendo con cargo a los resultados de 2001 de Telefónica Publicidad e Información S.A. (TPI),

  - los resultados obtenidos en el primer semestre de 2002,

  - y por las diferencias de conversión generadas por la evolución negativa de las monedas locales con respecto al euro en aquellos países en los que estamos presentes.

- **Deuda financiera a largo plazo**. Bajo este epígrafe se registra la deuda financiera a largo plazo con entidades de crédito, cuyo importe asciende a 43,48 millones de euros, así como las deudas de carácter financiero con empresas del grupo por importe de 34,19 millones de euros.

  Esta deuda tiene su origen fundamentalmente en el crédito solicitado por Publiguías para hacer frente al pago compensatorio por la cancelación anticipada de su anterior contrato con Telefónica CTC, y al crédito suscrito con Telefónica para financiar la compra de TPI Perú.

- **Deuda financiera a corto plazo**. Este epígrafe se compone de:

  - Deuda suscrita con entidades financieras por importe de 33,79 millones de euros, debido fundamentalmente a la financiación de TPI Brasil vía préstamos intercompañía, y al pago del dividendo con cargo a los resultados de 2001.

  - Deudas de carácter financiero con empresas del grupo, por importe de 46,67 millones de euros, y cuyo origen está en el préstamo suscrito para la compra de Publiguías.

(millones de euros)	Junio 02	Marzo 02	Dic. 01
Disponibilidades Financieras	19,47	13,20	7,58
Deuda Financiera L/P	(77,67)	(72,83)	(88,87)
Deuda Financiera C/P	(80,46)	(86,00)	(44,31)
Deuda Financiera Neta	(138,67)	(145,63)	(125,60)

Resultados Primer Semestre 2002 TPI ESPAÑA

Principales datos financieros (TPI España)

(millones de euros)	1S02	1S01	Var. (%)	2001
Ingresos	125,59	113,24	10,9%	383,78
EBITDA	36,50	32,50	12,3%	123,78
Margen EBITDA	29,1%	28,7%	ns	32,3%

- Los ingresos publicitarios de Páginas Amarillas y Páginas Blancas crecen, libro contra libro, un 5,3% y un 9,5% respectivamente.
- Los ingresos publicitarios del producto multimedia recogen crecimientos del 44,1% en internet y del 17,0% en Páginas Amarillas Habladas. Los resultados no son extrapolables a final de año ya que se ven afectados por la evolución de la campaña comercial. Asimismo la paquetización del producto internet al producto papel que comenzó en el mes de febrero en la anterior campaña comercial, hace que los resultados no sean comparables entre periodos.
- El buen comportamiento de los ingresos publicitarios, la publicación de un mayor número de guías en Páginas Blancas, y la política de contención de gastos, dan como resultado una mejora significativa del EBITDA que crece un 12,3% hasta los 36,50 millones de euros.

Desglose de Ingresos por línea de negocio (TPI España)

(millones de euros)	1S02	1S01	Var (%)
Publicitarios	**118,31**	**108,19**	**9,3%**
Editorial	**105,05**	**98,69**	**6,4%**
Páginas Amarillas	85,43	86,84	-1,6%
Páginas Blancas	19,62	11,85	65,6%
Multimedia	**13,26**	**9,50**	**39,6%**
Internet	11,44	7,94	44,1%
Habladas	1,82	1,56	17,0%
Operadora [(1)]	**5,71**	**3,38**	**68,9%**
Otros[(2)]	**1,57**	**1,67**	**-5,8%**
Total ingresos	**125,59**	**113,24**	**10,9%**

[(1)] Ingresos por la Guía Básica de Referencia

[(2)] Incluye ingresos por tráfico telefónico, e ingresos por venta de ejemplares y papel usado

Datos Operativos (TPI España)

	Páginas Amarillas		Páginas Blancas	
	1S02	1S01	1S02	1S01
Guías Publicadas[1]	29	26	24	17

Páginas Amarillas On-line [2]

	1S02	1S01	% var.
Nº Visitas ('000)	14.950	10.341	44,6%
Páginas Vistas ('000)	282.887	224.551	26,0%

Páginas Amarillas Habladas [3]

	1S02	1S01	% var.
Nº Llamadas ('000)	1.500	821	82,7%

[1] Incluye guías turísticas y de bolsillo

[2] Datos auditados por la OJD

[3] Incluye las llamadas al 098

Ingresos de Explotación

El buen comportamiento de los ingresos publicitarios en todas las líneas de negocio, unido a la publicación de 7 guías más en Páginas Blancas, hacen que los ingresos totales crezcan un 10,9% hasta alcanzar 125,59 millones de euros.

Ingresos Publicitarios

Los ingresos publicitarios crecen un 9,3% y representan el 94,2% de los ingresos obtenidos en el período.

Negocio editorial

Durante el primer semestre de 2002 se publican un total de 29 guías de **Páginas Amarillas**, tres más que en el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, estas guías no son estrictamente comparables con su edición anterior, ya que 5 de las guías publicadas se corresponden con el desglose "hogar" de la guía de Madrid, quedando pendiente, a 30 de junio, la publicación de la correspondiente edición "negocios" de la misma guía, y además se publica por primera vez la guía de bolsillo de Barcelona. De las 29 guías publicadas, 24 son comparables con su edición anterior, y experimentan un crecimiento libro contra libro del 5,3%. El ingreso medio por cliente en estas guías crece un 5,3% hasta más de 750 euros, mientras que la cifra de clientes se mantiene en el entorno de 104.000.

En este primer semestre del año se publican además 24 guías de **Páginas Blancas,** siete más que las publicadas en el mismo semestre del año 2001, generando unos ingresos de 19,62 millones de euros. Comparando los ingresos generados por las 24 guías publicadas con su edición anterior, éstos experimentan un crecimiento del 9,5%. El ingreso medio por cliente crece un 16,4% mientras que el número de clientes cae un 5,9% hasta un total de 100.000.

Negocio Multimedia

Los ingresos en **Internet** crecen un 44,1% con respecto al primer semestre de 2001 hasta alcanzar un total de 11,44 millones de euros. Durante el período se contratan un total de 160.000 clientes, un 10,3% más que los registrados en el primer semestre de 2001.

Las páginas vistas[4] crecen un 26,0% con respecto al primer semestre del año anterior, alcanzándose un total 283 millones. Las visitas[4] crecieron un 44,6% con respecto al primer semestre del año anterior, alcanzándose un total de 14,9 millones.

Los ingresos publicitarios en **Páginas Amarillas Habladas** crecen un 17,0% con respecto al primer semestre de 2001 hasta alcanzar un total de 1,82 millones de euros. El número de clientes crece un 9,8% hasta llegar a los 157.000.

Durante el primer semestre de 2002 se reciben un total de 1,50 millones de llamadas, un 82,7% más que en el primer semestre del 2001. Este incremento es debido fundamentalmente, a la incorporación del servicio de información general 098 de Telefónica de España. Las llamadas al servicio 098 representan, a 30 de junio, el 58,2% de las llamadas totales recibidas en nuestra plataforma. Del total de llamadas recibidas a Páginas Habladas (906 365 024), un 13,8% han sido directamente completadas por la plataforma, comparado con un 12,4% en el primer semestre de 2001.

Ingresos Operadora

Durante el primer semestre del año 2002 se reconocen 5,71 millones por este concepto correspondientes a la publicación de 24 guías de Páginas Blancas. Estos ingresos crecen un 68,9% respecto al mismo periodo del año anterior debido, fundamentalmente, a la publicación de 7 guías más de Páginas Blancas.

[4] Datos auditados por la OJD (Oficina de la Justificación de la Difusión)

EBITDA

Los gastos de explotación, excluyendo las amortizaciones, aumentan un 10,3% respecto al primer semestre de 2001, debido fundamentalmente a la mayor actividad comercial y a la publicación de un mayor número de guías.

El buen comportamiento de las distintas líneas de negocio, y la publicación de un mayor número de guías, tiene como resultado una mejora significativa en el EBITDA del primer semestre que experimenta un crecimiento del 12,3% hasta los 36,5 millones de euros. El margen de EBITDA mejora por su parte en 40 p.b. hasta el 29,1%

Resultados Primer Semestre 2002 PUBLIGUÍAS

Principales datos financieros (Publiguías)

(millones de euros)	1S02	1S01	Var. (%)	Var. % Moneda local	2001
Ingresos	**10,01**	**10,23**	**-2,1%**	**7,1%**	**71,39**
Ingresos publicitarios	8,46	9,35	-9,6%	-1,1%	63,16
Ingresos operadora	1,16	0,63	83,4%	100,6%	7,89
Otros ingresos	0,39	0,24	61,9%	77,1%	0,34
EBITDA	**-2,05**	**-4,37**	**-53,0%**	**-48,6%**	**21,31**
Margen EBITDA	-20,5%	-42,7%	ns	ns	29,9%

Ingresos de Explotación

Los ingresos totales experimentan un crecimiento del 7,1% en moneda local, variación que en euros supone una caída del 2,1% debido a la depreciación sufrida por el Peso con respecto al Euro durante el primer semestre del año. Los ingresos publicitarios decrecen un 1,1% en moneda local, debido fundamentalmente a una ralentización en la venta de publicidad en internet. Los ingresos por operadora experimentan un crecimiento del 100,6% debido fundamentalmente a la nuevas condiciones contractuales con Telefónica CTC relativas a la publicación de páginas blancas.

Durante el semestre se publican un total de 4 guías de Páginas Amarillas y Páginas Blancas, las mismas que en el mismo periodo del año anterior, experimentando un crecimiento en ingresos, libro sobre libro, del 2,1% en moneda local.

A 30 de junio los ingresos por productos internet ascienden a 0,10 millones de euros. Por otra parte el tráfico incrementa considerablemente registrando un crecimiento del 73% en visitas y del 109% en páginas vistas. Los ingresos por tráfico telefónico alcanzan los 0,14 millones de euros y el número de llamadas se sitúa en más de 305.000.

El nuevo marco contractual, con efecto a partir del 30 de junio de 2001, supone la sustitución del concepto "tiraje adicional"[5] por el de Guía Básica de Referencia (GBR) que incluye, además, los ingresos por la venta de ejemplares a otros operadores telefónicos. Los ingresos por operadora de este semestre recogen fundamentalmente el coste de la Guía Básica de Referencia de las 4 guías de Páginas Blancas publicadas, que asciende a 0,79 millones de euros, e ingresos por la venta de ejemplares a otras operadoras por importe de 0,30 millones de euros.

[5] Exceso de tirada sobre el inicialmente establecido por Telefónica CTC

Durante el mes de junio se ha cerrado la campaña de ventas de la guía de Santiago cuya publicación esta prevista para el mes de julio.

EBITDA

Los gastos de explotación registran un crecimiento del 19,2% en moneda local debido fundamentalmente al inicio de la amortización del pago compensatorio[6] por la cancelación anticipada del antiguo contrato con Telefónica CTC. Excluyendo las amortizaciones, los gastos de explotación disminuyen un 9,6% en moneda local.

La renegociación del nuevo marco contractual supone una mejora sustancial en el EBITDA de la compañía, que pasa de −4,37 millones de euros en el primer semestre de 2001 a −2,05 millones de euros en el primer semestre de 2002, mejorando un 48,6% en moneda local.

[6] El pago compensatorio por la cancelación anticipada del anterior contrato con TCTC tiene un plazo de amortización de cinco años, período que coincide con la vigencia del actual contrato, diciembre 2005

Resultados Primer Semestre 2002 TPI BRASIL

Principales datos financieros (TPI Brasil)

(millones de euros)	1S02	1S01	Var. (%)	Var. % Moneda local	2001
Ingresos	**22,03**	**27,65**	**-20,3%**	**-9,6%**	**53,80**
Ingresos publicitarios	19,37	23,50	-17,6%	-6,5%	28,38
Ingresos operadora	2,66	4,14	-35,8%	-27,2%	25,42
EBITDA	**-13,18**	**-16,23**	**-18,8%**	**-7,9%**	**-16,59**
Margen EBITDA	-59,8%	-58,7%	ns	ns	-30,8%

Ingresos de Explotación

Los ingresos alcanzados por TPI Brasil durante la primera mitad del año 2002 ascienden a 22,03 millones de euros, y son un 9,6% inferiores, en moneda local, a los obtenidos durante el mismo periodo del año anterior. Estos menores ingresos se deben fundamentalmente a:

- menores ingresos publicitarios (-6,5% en moneda local) como consecuencia, fundamentalmente, de la cancelación del contrato con la empresa editora Listel, cuyos ingresos supusieron un total de 2,35 millones de euros en el primer semestre de 2001,
- menores ingresos de operadora (-27,2% en moneda local) como consecuencia de la decisión de la operadora Telesp de publicar una edición reducida de paginas blancas (LTOG) en el estado de Sao Paulo, en lugar de la versión completa publicada el año anterior.

Del total de ingresos publicitarios, un 88,4% (17,13 millones de euros) corresponden a la segunda edición impresa de GuiaMais en la capital de Sao Paulo, cuyos ingresos experimentaron un crecimiento en moneda local del 1,1% con respecto a la edición anterior. Este moderado crecimiento se ha debido principalmente a los esfuerzos realizados por la compañía para reducir el nivel de morosidad mediante el saneamiento de la cartera de clientes, y la limitación en la contratación correspondiente a clientes en situación de impago. Además se ha producido una renovación significativa de la fuerza comercial cuyo objetivo ha sido mejorar la eficiencia y productividad de la fuerza de ventas.

Esta segunda edición impresa de GuiaMais ha obtenido más de 14.700 clientes registrados, lo que ha supuesto un crecimiento con respecto a la edición anterior del 8,8%

Los ingresos de internet[7] crecen un 36,9% en moneda local hasta 1,53 millones de euros, y pasan a representar el 7,9% del total de ingresos publicitarios. Las páginas habladas representan el 3,7% restante de los ingresos publicitarios y suman un total de 0,72 millones de euros de ingresos, recogiendo un crecimiento con respecto al primer semestre de 2001 del 17,8% en moneda local.

Los ingresos por operadora suponen 2,66 millones de euros y experimentan una caída del 27,2% en moneda local debido a la decisión de Telesp de elaborar este año una versión reducida de las LTOGs frente a la versión completa del año anterior.

EBITDA

Durante el primer semestre del año, TPI Brasil obtiene un EBITDA negativo de 13,18 millones de euros que supone una mejora con respecto al mismo periodo del año anterior del 7,9% en moneda local. Esta mejora se debe fundamentalmente a las medidas de control de gastos llevadas a cabo durante el primer semestre del año. Destacan los menores gastos en aprovisionamientos (-13% en moneda local), cuyo origen está en la reducción en el gramaje del papel utilizado en esta segunda edición de GuiaMais, y la menor dotación a la provisión por insolvencias debido a la introducción de la cobranza mediante el recibo telefónico de Telesp, y al saneamiento llevado a cabo en la cartera de clientes de la compañía.

[7] Los ingresos de internet y páginas habladas recogen la venta de publicidad en internet tanto en la capital de Sao Paulo como el resto de áreas por los anuncios efectivamente producidos.

Resultados Primer Semestre 2002 TPI PERÚ

Principales datos financieros (TPI Perú)

(millones de euros)	1S02	Proforma 1S01	Var. (%)	Var. % Moneda local
Ingresos	**31,73**	**28,99**	**9,4%**	**9,3%**
Ingresos publicitarios	26,54	24,83	6,9%	6,7%
Ingresos operadora	5,19	3,92	32,3%	32,1%
Otros ingresos	0,00	0,23	-98,0%	-98,0%
EBITDA	**9,10**	**5,21**	**74,6%**	**74,4%**
Margen EBITDA	28,7%	18,0%	ns	ns

TPI Perú fue adquirida a comienzos del año 2002 y consolida por primera vez en las cuentas a partir de enero de este año. En la comparación de los resultados semestrales hay que tener en cuenta el nuevo marco contractual, que afecta positivamente a los resultados del primer semestre.

Además, en el mes de enero, TPI Perú publicó la guía de Lima cuyos ingresos representaron más del 80% de los ingresos publicitarios de la compañía durante el pasado año.

Ingresos de Explotación

Durante este primer semestre los ingresos totales de TPI Perú han alcanzado la cifra de 31,73 millones de euros, experimentando un crecimiento sobre el mismo periodo del año anterior del 9,3% en moneda local.

El 83,6% de los ingresos proceden de la venta de publicidad en directorios, el 16,4% restante corresponde a ingresos procedentes de Telefónica del Perú por la edición de la Guía Básica de Referencia (GBR). Durante el primer semestre los ingresos publicitarios ascienden a 26,54 millones de euros recogiendo un crecimiento en moneda local del 6,7%. Estos ingresos se corresponden con la publicación de la guía de páginas amarillas y páginas blancas de Lima y región Sur, así como de la guía industrial. La guía de Lima experimenta un crecimiento en ingresos del 6,9% en moneda local, lo que supone un cambio de tendencia respecto a la caída registrada en los últimos años. El ingreso medio por cliente crece un 9,2% en moneda local y el número de clientes disminuye en un 2,1% hasta más de 26.000.

Los ingresos por operadora ascienden a 5,19 millones de euros (+32,1% en moneda local), y recogen la edición de la Guía Básica de Referencia en Lima y región Sur.

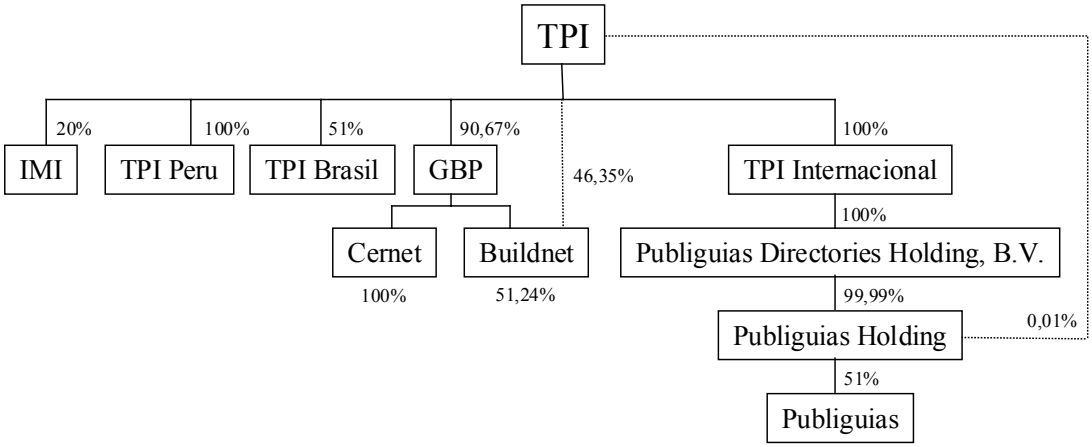
EBITDA

TPI Perú registra un EBITDA de 9,10 millones de euros que supone un incremento sustancial respecto al mismo semestre del año anterior debido, fundamentalmente, al buen comportamiento de las guías de Lima y Sur y al cambio contractual con Telefónica del Perú relativo a la publicación de la Guía Básica de Referencia, anteriormente mencionado.

El margen de EBITDA obtenido (28,7%) no es extrapolable a final de año debido a que las guías de Lima y Sur representan una parte muy sustancial de los ingresos publicitarios del año, y los gastos de estructura se reconocen de forma homogénea a lo largo de todo el año.

ANEXO: Perímetro de Consolidación

Las compañías que forman parte del perímetro de consolidación a 30 de junio, se muestran en el cuadro a continuación.



Todas las filiales del Grupo TPI consolidan por integración global, con la excepción de la empresa IMI, al tratarse de una participación minoritaria.

Con fecha de 19 de julio, TPI ejercitó la opción de compra que mantenía sobre el 9,33% del capital restante de Goodman Business Press, por lo que en la actualidad, la participación de TPI sobre Goodman Business Press se eleva al 100% de su capital. El precio de ejercicio de la opción de compra fue de 0,98 millones de euros.