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 PREVISIONES FINANCIERAS 2003

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 Consolidado)

(millones de euros)	1T03	1T02	Var. (%)	Var. (%) [1]
Ingresos	**66,65**	**62,91**	**5,9%**	**20,0%**
Ingresos publicidad	59,01	55,47	6,4%	20,0%
-Negocio Editorial	51,48	47,85	7,6%	22,4%
-Negocio Internet	6,17	6,18	-0,1%	6,3%
-Páginas Amarillas Habladas	0,94	1,44	-34,9%	-28,4%
-Otros	0,42	0,00	ns	ns
Tráfico Telefónico	1,09	0,17	539,4%	549,1%
Ingresos operadora	6,18	6,64	-6,9%	11,3%
Otros ingresos	0,38	0,64	-40,9%	-32,2%
EBITDA	**10,77**	**7,54**	**42,8%**	**70,6%**
Margen EBITDA	16,2%	12,0%	4,2 p.p.	5,0 p.p.
Beneficio Neto	**3,27**	**2,46**	**32,6%**	**63,0%**
Recursos Generados [2]	10,79	9,99	8,2%	

nº. acciones (31 marzo, 2003): ***368.234.331***

		enero-marzo 2003	*enero-marzo 2002*
Tipos de cambios medios :	*Peso/Euro:*	*787,40*	*574,71*
	Real/Euro:	*3,74*	*2,09*
	Sol/Euro:	*3,73*	*3,02*

[1] A tipos de cambio medios enero-marzo 2002

[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.

Los **ingresos** del Grupo TPI crecen un 5,9% (20% a tipos de cambio constantes) con respecto al primer trimestre de 2002, hasta un total de 66,95 millones de euros; esta variación se debe fundamentalmente a:

- Crecimiento en los ingresos publicitarios del 6,4% (20% a tipos cambio constantes) hasta un total de 59 millones de euros (89% de los ingresos totales, frente al 88% en 2002)

- Este crecimiento se debe fundamentalmente a:

  – Crecimiento de los ingresos publicitarios de TPI España del 51,9%, debido fundamentalmente al adelanto en la publicación de dos guías de Páginas Amarillas, y de tres guías de Páginas Blancas con respecto al primer trimestre de 2002.

  – Buen comportamiento de los ingresos publicitarios en Chile (+9%) y Perú (+6,5%) en moneda local.

- Los ingresos de Operadora descienden un 6,9% hasta 6,18 millones de euros y recogen fundamentalmente los ingresos por la edición de la Guía Básica de Referencia tras la publicación de la Guía de Páginas Blancas de Lima en Perú, ocho guías de Páginas Blancas en España, y tres guías en Chile.

Los **gastos por operaciones** se mantienen prácticamente estables (+0,9%) con respecto al primer trimestre de 2002 debido fundamentalmente al efecto combinado de la política de contención de costes, junto con el efecto de tipo de cambio en LATAM.

El Grupo alcanza un **EBITDA** de 10,77 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 42,8% frente a marzo 2002 (70,6% a tipos de cambio constantes), que se explica fundamentalmente por el doble efecto del cambio en el calendario de publicación de guías en España, y la reducción del EBITDA negativo de Brasil en un 57,4% en moneda local debido a la política de contención de gastos. El margen de EBITDA del grupo mejora en 4,2 puntos porcentuales hasta el 16,2%.

El **resultado neto** alcanza los 3,27 millones de euros en el primer trimestre del año, lo que supone un crecimiento del 32,6% respecto del mismo periodo de 2002 (63,0% a tipos de cambio constantes).

PREVISIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO 2003

Las previsiones para el año 2003 están calculadas a tipos de cambio medios de 2002.

Previsión de ingresos por línea de negocio (Grupo TPI) en euros constantes

(millones de euros)	Prev 2003 * (Var %)	2002
Total Ingresos	**+7/9%**	**532,83**
Ingresos Publicitarios	**+4/6%**	**483,42**
Producto Editorial	+3/5%	453,08
Internet	+15/20%	25,71
Paginas Amarillas Habladas	+15/20%	4,27
Tráfico Telefónico	**+500/600%**	**2,23**
Ingresos Operadora	**-3/-5%**	**44,38**
EBITDA	**+14/17%**	**150,11**

** Cifras en euros constantes con tipos de cambio medios de 2002:*
Peso/Euro: 675,68
Real/Euro: 2,75
Sol/Euro: 3,31

** Estimaciones de acuerdo al perímetro de consolidación actual*

El crecimiento previsto en los ingresos de las distintas líneas de negocio de la compañía, y la continuada implementación de políticas de contención de gastos en todas las unidades del Grupo, hace que nuestras previsiones de crecimiento de EBITDA para el conjunto del año 2003 se sitúen en +14/17% a tipos de cambio constantes.

El crecimiento esperado de Ingresos de explotación del Grupo TPI se sitúa en un en torno del 7% al 9% en euros constantes, con respecto a los obtenidos en 2002, e incorpora:

- la solidez del negocio editorial de TPI España, que continua creciendo a pesar del estancamiento del mercado publicitario.
- la buena evolución de LATAM y su aportación positiva al EBITDA del Grupo.
- El desglose de este crecimiento para las principales líneas de negocio del Grupo TPI, sería el siguiente:
    - Crecimiento de entre el 4% y el 6% de los ingresos publicitarios.
    - Dentro de los ingresos publicitarios, la compañía espera un crecimiento en los ingresos del producto editorial de entre 3% y el 5% con respecto al ejercicio 2002.
    - En lo que respecta al negocio Multimedia, la compañía prevé un crecimiento de los ingresos de entre el 15% y el 20%, con crecimientos entre el mismo rango tanto para el negocio de internet como de los ingresos publicitarios de Páginas Habladas.
    - El rango de crecimiento de los ingresos por tráfico esperado por la compañía, se situaría entre el 500% y el 600%, fundamentalmente por la entrada en funcionamiento del nuevo número 11888.
    - Los ingresos por operadora experimentarán una caída de entre el 3% y el 5%, que se fundamenta en ahorros en costes de aprovisionamientos a nivel grupo.

Esta previsión se encuentra respaldada por el hecho de que a finales de marzo, se han cubierto alrededor del 50% de las ventas previstas para el conjunto del Grupo TPI Páginas Amarillas. Estas ventas irán traduciéndose en ingresos a lo largo del ejercicio, a medida que las guías se vayan publicando y que los anuncios en Internet y Paginas Habladas se vayan produciendo.

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

TPI se constituye como Grupo con vocación global en 1999 con la creación de TPI Brasil y desde entonces se ha expandido a Chile (Publiguías en 2000) y Perú (TPI Perú en 2002). La adquisición de ésta última demuestra la apuesta decidida de TPI por ampliar su presencia internacional y sitúa a la Compañía en una posición de claro liderazgo en el mercado latinoamericano de directorios. TPI seguirá buscando activamente oportunidades en términos no solo de adquisiciones sino también de asociaciones o alianzas para continuar desarrollando este proyecto.

Sin embargo TPI no solo tiene su foco puesto en la expansión internacional. La capacidad de innovación y desarrollo, junto con el conocimiento profundo del mercado obtenido en los más de 30 años de experiencia de la Compañía, permiten a TPI satisfacer la confianza que clientes y usuarios depositan cada día en sus productos. Por ello, nuestro objetivo se centra también en reinventar nuestro negocio continuamente de manera que podamos ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de adaptarse continuamente a las cambiantes necesidades de la sociedad de la información y ofrecer una cartera de productos publicitarios amplia y diversificada en una gran variedad de soportes y plataformas de distribución. Entre estos últimos, cabe destacar además del tradicional papel, Internet y plataformas de atención telefónica, aplicaciones específicas para agendas electrónicas (PDA), o los nuevos avances de la tecnología móvil como son los anuncios en mensaje multimedia (MMS). Algunos ejemplos de esto en el último año han sido la extensión a nuevos ámbitos de las Guías de Bolsillo en España, la comercialización de publicidad en soporte MMS o las utilidades de búsqueda por proximidad en los soportes multimedia.

Durante el presente ejercicio y siguiendo con el proceso de liberalización del mercado de las Telecomunicaciones, el Grupo TPI siendo fiel a su afán de diversificación ha lanzado el servicio de consulta telefónica **11 8 88,** por el que TPI se ha constituido en pionero en el mercado de los servicios de información telefónica a través de números cortos, donde la nueva regulación ha abierto una oportunidad de negocio en la que aprovechar la experiencia obtenida con nuestras Páginas Amarillas Habladas.

Adicionalmente, el Grupo ha iniciado el desarrollo de una nueva línea de producto: los directorios sectoriales de ámbito nacional. El primer directorio especializado en lanzarse será la "Guía de la Construcción", que recientemente ha comenzado a comercializarse y que pretende llenar un hueco en el sector de la publicidad especializada.

La fuerte generación de caja del Grupo nos permite no sólo mantener la política de reparto de dividendos desde la salida a Bolsa en 1999 sino también acometer los proyectos de expansión e inversión de la compañía.

El Grupo presenta una situación saneada que nos permitirá acometer los proyectos de futuro que se consideren ventajosos para el Grupo contando para ello con las siguientes fuentes de financiación:

- Flujos de caja de las actividades operativas.
- Préstamos de Telefónica, S.A. y otras empresas del Grupo Telefónica, en especial Telfisa.
- 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 al 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 Martí Ciruelos
Director General de Finanzas y Control Corporativo