

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 comparados con las mismas cifras del año anterior son los siguientes:

Principales Datos Financieros (TPI Consolidado)				
<i>(millones de euros)</i>	1T04	1T03	Var. (%)	Var. (%) ⁽¹⁾
Ingresos	77,90	66,65	16,9%	22,2%
Ingresos publicidad	61,28	59,01	3,8%	8,8%
-Negocio Editorial	53,29	51,48	3,5%	9,2%
-Negocio Internet	6,63	6,17	7,4%	7,5%
-Servicios de información telefónica	0,95	0,94	1,3%	1,0%
-Otros	0,41	0,42	-2,2%	-2,2%
Tráfico Telefónico	9,90	1,09	808,7%	808,5%
Ingresos operadora	6,14	6,18	-0,7%	9,3%
Otros ingresos	0,58	0,38	55,5%	57,1%
EBITDA	17,84	10,77	65,6%	81,2%
Margen EBITDA	22,9%	16,2%	6,7 p.p	7,8 p.p
Beneficio Neto	7,84	3,27	140,0%	176,4%
Recursos Generados ⁽²⁾	13,58	10,79	25,9%	-
nº. acciones (31 marzo, 2004):	368.234.331			
		1T04	1T03	
	{	Peso/Euro:	769,23	787,40
Tipos de cambios medios :		Real/Euro:	3,62	3,74
		Sol/Euro:	4,32	3,73
⁽¹⁾ A tipos de cambio medios enero-marzo 2003				
⁽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 la mayor concentración en la publicación de guías a partir del segundo semestre del año, así como a variaciones entre periodos en el calendario de publicación de guías.

Los **ingresos de Explotación** del Grupo TPI crecen un 16,9% (+22,2% a tipos de cambio constantes) con respecto al primer trimestre de 2003 hasta un total de 77,90 millones de euros. Esta variación se explica fundamentalmente por:

- Crecimiento de los ingresos publicitarios del 3,8% (+8,8% en euros constantes), hasta los 61,28 millones de euros (79% de los ingresos totales, frente al 89% en 2003). Este crecimiento en los ingresos publicitarios se debe principalmente a:
 - Crecimiento de los ingresos publicitarios de TPI España del 12,9% hasta los 34,31 millones de euros, debido en parte a variaciones en el calendario de publicación de guías de Páginas Amarillas y Blancas con respecto al primer trimestre de 2003. Libro

contra libro, los ingresos publicitarios del negocio editorial muestran un crecimiento del 6,7% .

- Buen comportamiento de los ingresos publicitarios en Perú (+3,8%) y Chile (+9,6%) en moneda local hasta 19,53 y 6,43 millones de euros respectivamente.
- El fuerte crecimiento de los ingresos por tráfico telefónico que se multiplican por más de 9 respecto al mismo periodo de 2003
- Los ingresos de Operadora descienden un 0,7% hasta los 6,14 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** crecen un 7,6% (10,2% en euros constantes) con respecto al primer trimestre de 2003, sensiblemente por debajo del crecimiento de los ingresos. Dentro de los gastos, destacar la reducción de los gastos de aprovisionamiento (-6,5%), así como retrasos en los gastos de marketing (-8,6%). El fuerte incremento de la partida de otros gastos se debe a la contratación de plataformas telefónicas para proveer el servicio 11888.

El Grupo alcanza un **EBITDA** de 17,84 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 65,6% frente a marzo 2003 (+81,2% en euros constantes).

De esta forma, el margen de EBITDA del grupo mejora en 6,7 puntos porcentuales hasta el 22,9%.

El **resultado neto** alcanza los 7,84 millones de euros en el primer trimestre del año, lo que supone un crecimiento del 140,0% respecto del mismo periodo de 2003 (+176,4% en euros constantes).

PREVISIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO 2004

Previsión 2004 por línea de negocio en euros constantes

<i>(millones de euros)</i>	Prev 2004 * (Var %)	2003
Total Ingresos	+3 / 5%	570,83
Ingresos Publicitarios	+ 2 / 4%	502,63
Producto Editorial	+ 2 / 4%	464,38
Internet	+ 14 / 17%	31,14
Servicios de información telefónica	+ 10 / 13%	4,44
Tráfico Telefónico	+ 40 / 50%	24,09
Ingresos Operadora	- 8 / - 5%	41,79
EBITDA	+ 9 / 11%	179,58
		<i>Peso/Euro: 671,14</i>
		<i>Real/Euro: 3,45</i>
		<i>Sol/Euro: 3,91</i>
<i>* Cifras en euros constantes con tipos de cambio medios de 2003:</i>		
<i>* Estimaciones de acuerdo al perímetro de consolidación actual</i>		

Las previsiones para el año 2004 están calculadas a tipos de cambio medios de 2003.

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 2004 se sitúen en +9/11% en euros constantes

Las previsiones de la Compañía para el cierre del 2004, indican un crecimiento para el total de ingresos de explotación del Grupo TPI que se sitúa en un entorno del 3% al 5% en euros constantes, con respecto a los obtenidos en 2003, e incorporan:

- la solidez del negocio publicitario de TPI España, la buena evolución del servicio de información telefónica 11888 y los nuevos productos verticales
- 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 2% y el 4% de los ingresos publicitarios.
- Dentro de los ingresos publicitarios, la compañía espera un crecimiento en los ingresos del producto editorial de entre 2% y el 4% con respecto al ejercicio 2003.
- En lo que respecta al negocio internet, la compañía prevé un crecimiento de los ingresos de entre el 14% y el 17%, mientras que para los ingresos publicitarios asociados a los servicios de información telefónica se espera un crecimiento entre 10% y 13%.
- El rango de crecimiento de los ingresos por tráfico esperado por la compañía, se situaría entre el 40% y el 50%.
- Los ingresos por operadora experimentarán una caída de entre el 8% 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 más del 50% de las ventas previstas para el conjunto del Grupo TPI Páginas Amarillas. Estas ventas irán traducándose en ingresos a lo largo del ejercicio, a medida que las guías se vayan publicando y que los anuncios en Internet y Páginas Habladas se vayan produciendo.

PERSPECTIVAS DEL EMISOR

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

La estrategia del Grupo TPI se basa en tres líneas de acción:

Por un lado, el crecimiento orgánico de su negocio tradicional. En este sentido, la Compañía apuesta por el desarrollo de su actual cartera de productos, adaptándola a las nuevas necesidades del mercado y haciéndola más atractiva a usuarios y anunciantes. Un ejemplo de esto son las guías de bolsillo, los desgloses hogar-trabajo y el lanzamiento en 2003 de la primera guía especializada en el sector de la construcción y constituye el inicio de una nueva línea diversificación basada en la verticalidad de sus contenidos. En 2004 se continuará en esta línea, publicando la primera edición de la Guía de la Hostelería

Por otro lado, la innovación constituye la base sobre la que construir el futuro de TPI. Centrada en la identificación de nuevas oportunidades de negocio, la Compañía busca profundizar en su vocación como punto de encuentro entre oferta y demanda, al mismo tiempo que genera nuevas fuentes de ingresos. De esta forma el Grupo ha desarrollado diferentes productos en internet, que le han llevado a ser líder del mercado de directorios online, monetizando dicha presencia en la red. Asimismo, destaca el reciente lanzamiento del innovador portal “CalleaCalle.com”, en donde los usuarios pueden encontrar información actualizada de más de 400.000 establecimientos comerciales nacionales (fotos, dirección, horario, transporte público, aparcamientos próximos), permitiendo una búsqueda por diferentes criterios tales como el nombre, actividad, calle, marcas, productos y zonas comerciales.

Siendo fiel al afán de diversificación, el Grupo TPI lanzó el servicio de consulta telefónica **11 8 88**, por el que TPI se ha constituido en pionero el mercado de los servicios de información telefónica a través de números cortos.

Por ultimo, la tercera línea estrategia, es la expansión internacional. En 1999, TPI comenzó a materializar su vocación global con la creación de TPI Brasil y desde entonces se ha expandido a Chile (Publiguías en 2000) y a Perú (TPI Perú en 2002). Durante este ejercicio se ha procedido a la adquisición de un 49% adicional del capital de Publiguías, pasando a ostentar una participación del 100%. La adquisición de ésta última participación da muestra de 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 su proyecto.

El Grupo presenta una situación saneada lo que le 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 Marti Ciruelos
Director General de Finanzas y Control Corporativo