



Resultados Junio 2000

(Enero–Junio 2000)

27 de julio de 2000

Datos en Ptas. (Euros)

Todos los comentarios de gestión incluidos en esta presentación, salvo mención expresa, hacen referencia a la evolución financiera no consolidada de Telefónica Publicidad e Información, S.A.

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, a 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 2000, 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.

RESULTADOS PRIMER SEMESTRE DE 2000, TPI INDIVIDUAL

Principales datos financieros (TPI individual)

(millones de ptas.)	1S00	1S99	Var. (%)
Ingresos	17.936	15.980	12,2
EBITDA	5.871	4.954	18,5
Margen EBITDA	32,7%	31,0%	nm
Beneficio Neto⁽¹⁾	3.342	5.930	-43,6
Recursos Generados⁽²⁾	4.078	2.707	50,6

Nº Acciones 30 de junio 2000: 367.819.500

⁽¹⁾ 1S99 recoge Resultados Extraordinarios brutos por importe de 3.739,2 m de ptas.

⁽²⁾ Resultado Neto±Resultados Extraordinarios±Diferencias Cambio+Amortizaciones

El criterio seguido por TPI, y que se aplica de forma generalizada en el sector, consistente en reconocer contablemente los ingresos y gastos relacionados con la actividad productiva en el momento de la publicación de sus diferentes productos, así como la mayor concentración en la publicación de guías a partir del segundo semestre, explican su no proporcionalidad, y hacen que éstos no sean extrapolables a final de año, si bien los resultados correspondientes al primer semestre de 2000 están en línea con las previsiones de la compañía. A efectos ilustrativos, los ingresos recogidos durante el primer semestre han estado en torno al 25% de los ingresos totales en los últimos 3 años.

Asimismo, cualquier cambio en el calendario de publicación de guías de un año con respecto al siguiente, dificulta, en gran medida, la comparación entre los mismos períodos de dos años consecutivos.

Para facilitar el seguimiento de la compañía, y cumpliendo con lo establecido en la Carta Circular 1/2000 de la CNMV sobre el “Nuevo Mercado” en cuanto a posible evolución y perspectivas de negocio, introducimos nuestras expectativas para el año 2000.

Previsiones financieras (TPI individual)⁽¹⁾

(millones de ptas.)	1999	Crecimiento 2000E
Ingresos Productos Papel	54.674	Δ 12-14 %
Ingresos Productos Online	448	Δ 170-180 %
Ingresos Páginas Habladas	421	Δ 18-20 %
Otros Ingresos Ventas	166	Δ 30-40 %
Total Ingresos Ordinarios	55.709	Δ 13-15 %
EBITDA	18.018	Δ 15-17 %

⁽¹⁾ No incluyen las cifras de TPI Brasil.

Mantenemos nuestras previsiones para final de año en todas las líneas de negocio.

RESUMEN DE INGRESOS POR LINEA DE NEGOCIO, TPI INDIVIDUAL

Ingresos Netos por Producto			
(millones de ptas.)	1S00	1S99	Var. (%)
Páginas Amarillas	12.982	8.656	50,0
Páginas Blancas	3.982	7.059	-43,6
Publicidad	3.695	5.497	-32,8
Edición y Distribución	288	1.562	-81,6
Europages	0,0	0,0	nm
Total Ingresos Papel	16.965	15.715	8,0
Ingresos Online	560	95	490,3
Páginas Amarillas Habladas ⁽¹⁾	247	58	327,1
Total Productos Multimedia	807	153	428,6
(1) Incluye ingresos por tráfico telefónico			

PRINCIPALES MAGNITUDES OPERATIVAS

Datos Operativos			
	Páginas Amarillas		Páginas Blancas
	1S00	1S99	1S00
Libros Publicados	23	21	10
Páginas Amarillas On-line			
	2T00	1T00	
Nº Visitas * ('000)	2.031	1.941	
Páginas Vistas * ('000)	53.874	40.074	
Páginas Amarillas Habladas			
	2T00	1T00	
Nº Llamadas	365.216	316.293	

* Páginas Vistas y Visitas en el mes de Junio 00 son estimaciones de TPI

- *Comportamiento del producto papel según las previsiones de la compañía*
 - Crecimiento en los ingresos de Páginas Amarillas del 50% como consecuencia de:
 - Distintos calendarios de publicación. En el primer semestre del año 2000 se han publicado de un total de 23 guías, 2 guías más que en el mismo período de 1999, coincidiendo las 21 restantes.
 - Crecimiento comercial libro sobre libro del 9,5%

- Disminución en los ingresos de Páginas Blancas del 43,6% debido a:
 - Distintos calendarios de publicación de Páginas Blancas. Se publican un total de 10 guías, ninguna de las cuales coincide con las 12 publicadas en el primer semestre de 1999, lo cual incide tanto en los ingresos por publicidad como en los menores ingresos procedentes de Telefónica en concepto de Edición y Distribución de las Páginas Blancas (GBR).
 - Menores ingresos procedentes de Telefónica por la paulatina incorporación de su cartera de clientes a TPI.
 - No obstante, el crecimiento de las ventas realizadas por la fuerza comercial de TPI es del 109%.
- ***Fuerte crecimiento del producto multimedia***
 - Crecimiento de los ingresos del 429% debido fundamentalmente al comportamiento de los ingresos de Páginas Amarillas On-line que crecen un 390,3% hasta 465,3 millones de ptas. (2,80 millones de euros).
 - Crecimiento en páginas vistas del 34,4% y de las visitas del 4,6% con respecto al primer trimestre de 2000.
 - Crecimiento del número de llamadas del 15,5% con respecto al primer trimestre de 2000 en Páginas Amarillas Habladas.
 - Se ha comenzado a comercializar como nuevo producto en el ámbito multimedia la venta de banners cuyo importe asciende a 58,9 millones de ptas. (0,35 millones de euros) en el primer semestre de 2000.
- ***Desarrollo Internacional***
 - Inicio de la campaña comercial en Sao Paulo Capital para la publicación de cinco guías de Páginas Amarillas que se efectuará en 2001 y lanzamiento de la primera oferta multiproducto en el mercado brasileño con la marca Guia Mais.
 - Comienzo de las negociaciones con Telefónica, tras el éxito de sus Ofertas Públicas de Adquisición lanzadas sobre Telefónica Argentina y Telefónica del Perú (Operación Verónica), para la integración de los activos de directorios en Argentina y Perú.
- ***Acceso a contenidos de Páginas Amarillas, Páginas Blancas, Hoteles, Restaurantes y guías de ciudad desde terminales WAP.***

Evolución de la Cuenta de Resultados (TPI individual)

(millones de pts.)

	1S00	1S99	Var. (%)	31 dic. 99
Ingresos de explotación	17.936,0	15.980,2	12,2	55.948,8
Ingresos Productos papel	16.677,2	14.153,3	17,8	50.874,5
Páginas Amarillas	12.982,5	8.656,0	50,0	39.140,7
Páginas Blancas	3.694,7	5.497,3	-32,8	11.541,0
Europages	0,0	0,0	nm	192,7
Ingresos Productos Multimedia	806,7	152,6	428,6	870,7
Productos Online	560,1	94,9	490,3	449,8
Páginas Amarillas Habladas	246,6	57,7	327,1	420,9
Edición y Distr. P.Blanca	287,6	1.562,1	-81,6	3.799,2
Otros Ingresos de Explotación	81,4	62,7	29,7	164,9
Ingresos Accesorios	83,3	49,6	68,0	239,5
Gastos de explotación	12.836,9	11.533,6	11,3	39.065,7
Personal	5.387,4	4.577,4	17,7	9.836,8
Gastos de Personal	3.589,0	3.293,4	9,0	6.875,0
Comisiones	1.798,4	1.284,0	40,1	2.961,8
Fichero	300,0	289,0	3,8	578,0
Comisión Cesión de Gestión P.B.	390,5	1.669,3	-76,6	4.451,6
Comercialización externa	1.095,0	1.077,9	1,6	1.888,7
Producción ¹	2.361,8	2.796,8	-15,6	9.579,8
Marketing	1.790,5	1.550,3	15,5	3.445,4
Servicios externos	1.911,8	1.019,5	87,5	2.731,7
Provisiones	740,7	332,4	122,9	2.430,2
Amortizaciones	772,1	506,9	52,3	1.134,9
Otros Gastos	1.027,6	741,3	38,6	1.854,6
Obra en curso	-2.940,5	-3.027,2	-2,9	1.134,0
Resultado de explotación	5.099,1	4.446,6	14,7	16.883,1
Margen EBIT	28,4%	27,8%	nm	30,2%
Ingresos Financieros	36,6	21,2	72,5	46,3
Gastos Financieros	30,5	30,5	0,0	97,0
Ingresos Extraordinarios	46,7	5.209,4	-99,1	5.355,3
Gastos Extraordinarios	9,0	1.470,3	-99,4	1.946,2
Resultado Antes de Impuestos	5.142,9	8.176,5	-37,1	20.241,5
Impuestos	-1.800,7	-2.246,0	-19,8	-6.460,7
Resultado Neto	3.342,2	5.930,5	-43,6	13.780,9
Margen Beneficio Neto	18,6%	37,1%	nm	24,6%
EBITDA	5.871,2	4.953,6	18,5	18.018,0
Margen EBITDA	32,7%	31,0%	nm	32,2%

1: Incluye costes de materiales, imprenta y distribución

Ingresos de Explotación

Durante el primer semestre del año 2000 los ingresos totales alcanzan la cifra de 17.936 millones de ptas. (107,8 millones de euros). A continuación se analizan los ingresos por línea de producto.

Producto Papel

- En **Páginas Amarillas** los ingresos ascienden a 12.982,5 millones de ptas. (78,03 millones de euros), un 50% más que en el primer semestre de 1999. Este incremento en el nivel de ingresos se debe fundamentalmente a distintos calendarios de publicación del primer Semestre de 1999 y primer Semestre de 2000, que da como resultado la publicación de 2 guías adicionales. Comparando libro a libro, se produce un crecimiento total del 9,5% en las 23 guías publicadas a junio de 2000 con respecto a la edición anterior.
- Los ingresos de **publicidad de Páginas Blancas** son un 32,8% inferiores al mismo periodo del año 1999, si bien la comparación con el ejercicio anterior no es homogénea al verse afectada por los siguientes hechos:
 - En el primer semestre de 2000 se han publicado 10 guías y ninguna coincide con las 12 publicadas en el mismo periodo del año anterior.
 - El valor publicitario de las guías publicadas en uno y otro periodo es muy distinto. Por ejemplo, en 1999 se publicó la guía de Madrid Capital cuyo valor libro unitario es similar a la totalidad de las 10 guías.
 - En 1999 TPI gestiona una parte de la cartera de Páginas Blancas y en el año 2000 gestiona la totalidad.
 - Los ingresos procedentes de abonados aún gestionados por Telefónica, reconocidos mensualmente y que corresponden únicamente a guías publicadas con anterioridad al año 2000, disminuyen un 47% con respecto al mismo periodo del año anterior. Este hecho es debido al proceso paulatino de incorporación de clientes de Telefónica a la cartera de TPI, proceso que terminará al final del año 2000. A partir de este momento, todos los ingresos se reconocerán íntegramente a la publicación de la guía.

La información homogénea se obtendría comparando los ingresos publicitarios de las 10 guías publicadas en el 2000 con respecto a su edición anterior, aspecto que se visualiza en el cuadro que se adjunta a continuación.

	Edición 99 Ptas.m	Edición 00 Ptas.m	Variación Ptas.m	Variación %
Ingresos TPI	455	951	496	109%
Ingresos TESA	578	0	-578	-100%
Total Ingresos	1.033	951	-82	-7,9%

El aspecto que consideramos más relevante destacar es el importante esfuerzo comercial realizado por TPI en el año 2000 con un crecimiento de los ingresos obtenidos por nuestra fuerza de ventas del 109% respecto al ejercicio anterior, pasando de 455 millones de ptas. (2,74 millones de euros) en el primer Semestre de 1999, a 951 millones de ptas. (5,72 millones de euros) en el primer Semestre de 2000.

Hay que tener en cuenta que el 2000 es un año de transición en el cual TPI asumirá la gestión integral (venta, facturación y cobro) de la cartera de Páginas Blancas. En 1999 más de la mitad de las ventas eran gestionadas por Telefónica, donde una parte de las renovaciones de cartera eran automáticas y la facturación y cobro se hacía mediante el recibo de teléfono.

A pesar de este importante esfuerzo, y como consecuencia de la negatividad provocada por los clientes gestionados anteriormente por Telefónica, los ingresos de las 10 guías publicadas en el año 2000 con respecto a las mismas guías del ejercicio anterior disminuyen un 7,9%.

Los ingresos por **edición y distribución de Páginas Blancas** (GBR) son inferiores en un 81,6% a los del mismo período del año anterior. Esto es debido al menor número de guías publicadas en el primer semestre del año 2000.

Cabe señalar que en el primer semestre de 1999 se habían publicado entre otras guías la de Madrid capital y Valencia Provincia que, debido a su volumen, aportaron más del 77% de los ingresos por este concepto en dicho período. En el primer semestre de 2000 estas guías aún no se han publicado.

Producto Multimedia

- En **Productos On-line** los ingresos alcanzan los 560,1 millones de ptas. (3,37 millones de euros), lo que supone un fuerte crecimiento respecto a los 95 millones de ptas. (0,57 millones de euros) alcanzados en el primer Semestre de 1999. Los ingresos de Páginas Amarillas on line crecen un 390,3% alcanzando los 465,3 millones de ptas. (2,8 millones de euros). Cabe destacar que durante este primer semestre del año se reciben por primera vez ingresos procedentes de la venta de banners cuyo importe asciende a 58,9 millones de ptas. (0,35 millones de euros).

El web site de Páginas Amarillas se consolida como uno de los más visitados. Las visitas crecen durante el segundo trimestre del año un 4,6%, y las páginas vistas un 34,4%, con respecto al primer trimestre del año 2000.

- En **Páginas Amarillas Habladas** los ingresos por publicidad crecieron durante el primer semestre de 2000 un 345,6% con respecto al mismo período del año anterior, alcanzando 201,2 millones de ptas. (1,21 millones de euros). Por otro lado, los ingresos por tráfico telefónico ascendieron a 45,4 millones de ptas. (0,27 millones de euros), lo que arroja una cifra de ingresos global del producto de 246,6 millones de

ptas. (1,48 millones de euros), un 327% más que en el mismo período de 1999. Durante el 2T00 se registraron un total de 365.216 llamadas, lo que supone un incremento respecto al primer Trimestre de 2000 del 15,5%.

Gastos de Explotación

Dentro del capítulo de gastos, los gastos por operaciones aumentan un 11,3% respecto al primer semestre de 1999. Una explicación más detallada por tipo de gasto es la siguiente:

- Los **Gastos de Personal** aumentan un 17,7% alcanzando la cifra de 5.387,4 millones de ptas. (32,37 millones de euros) respecto a los registrados en el primer Semestre de 1999, debido a un incremento de los gastos de personal del 9,0%, como consecuencia, fundamentalmente, del aumento de la plantilla media que crece un 5,5% y de las comisiones, que crecen un 40,1%, recogiendo la mayor actividad comercial desarrollada por la compañía durante este semestre.
- Las **Comisiones por Cesión de Gestión Páginas Blancas** disminuyen un 76,6% alcanzando la cifra de 390,5 millones de Ptas. (2,35 millones de euros). Este menor gasto se debe a la publicación de dos guías menos que en el primer Semestre de 1999, entre ellas Madrid Capital que por su volumen aporta la mayor parte del gasto.
- Los gastos de **Marketing** alcanzan la cifra de 1.790,5 millones de ptas. (10,76 millones de euros) produciéndose un incremento del 15,5% respecto al primer Semestre de 1999 debido principalmente a unos mayores gastos de publicidad.
- Los **Servicios Externos** experimentan un crecimiento respecto al primer Semestre de 1999 de un 87,5% alcanzando los 1.911,8 millones de ptas. (11,49 millones de euros) debido a la mayor actividad en el desarrollo de nuevos negocios y mercados, a la externalización de servicios, como el de teleoperadoras de Páginas Blancas y Habladas, y a la mejora de los servicios prestados a nuestros clientes.
- Las **Provisiones** crecen un 122,9% hasta 740,7 millones de ptas. (4,45 millones de euros) como consecuencia fundamentalmente del incremento de la actividad comercial, implementación del programa de calidad total y aplicación de criterios de prudencia contable, realizando un seguimiento mensual de la cartera de clientes.

Resultado de Explotación

El Resultado de Explotación de 5.099,1 millones de ptas. (30,64 millones de euros) presenta un incremento del 14,7% respecto al

primer Semestre de 1999. Las razones como ya hemos explicado anteriormente se deben fundamentalmente a unos mayores ingresos en Páginas Amarillas y productos multimedia que compensan un incremento en el mismo periodo de los gastos de explotación del 11,3%. El margen de explotación obtenido es del 28% igual al obtenido en el primer Semestre de 1999.

Resultados Financieros

En el primer semestre se registran unos Ingresos Financieros de 36,6 millones de ptas (0,22 millones de euros) y unos gastos financieros de 30,5 millones de ptas. (0,18 millones de euros) que implican unos ingresos netos positivos de 6,1 millones de ptas. (0,04 millones de euros).

Resultados Extraordinarios

Durante el primer semestre del año 2000 se registran unos resultados netos extraordinarios de 37,7 millones de ptas. (0,23 millones de euros), mucho menores que los obtenidos durante el primer Semestre de 1999 donde se registraron entre otros, unos ingresos extraordinarios por la venta de las filiales Estratel, Venturini y Doubleclick por valor de 4.703 millones de ptas. (28,27 millones de euros) y unos gastos extraordinarios por la rescisión del contrato de Páginas Blancas por valor de 1.458,0 millones de ptas. (8,76 millones de euros), obteniéndose finalmente unos resultados brutos extraordinarios de 3.739,1 millones de ptas. (22,47 millones de euros).

Resultados después de Impuestos

Como resultado de todo lo anterior TPI obtiene un Beneficio después de impuestos de 3.342,2 millones de ptas. (20,09 millones de euros), un 43,6% inferior al obtenido durante el mismo período del año anterior como consecuencia de los resultados extraordinarios alcanzados en dicho período, y que ascendieron a un importe bruto de 3.739,1 millones de ptas.

BALANCE DE SITUACION (TPI Individual)

ACTIVO	2T00	2T99	% Var.
<i>(millones de pts.)</i>			
INMOVILIZADO	7.729	6.406	20,7
Gastos de Establecimiento	125	126	(0,8)
Inmaterial	4.871	4.215	15,6
Material	1.916	1.600	19,7
Financiero	817	465	75,8
GASTOS A DISTRIB. VAR. EJERC.	9	27	(67,0)
ACTIVO CIRCULANTE	45.520	38.203	19,2
Existencias	5.013	6.017	(16,7)
Deudores	40.464	30.364	33,3
Inversiones Financieras Temporales	35	1.753	(98,0)
Tesorería	8	69	(88,3)
AJUSTES POR PERIODIFICACION	66	86	(23,0)
TOTAL ACTIVO	53.324	44.721	19,2

BALANCE DE SITUACION (TPI Individual)

PASIVO	2T00	2T99	% Var.
<i>(millones de pts.)</i>			
FONDOS PROPIOS	9.751	4.503	116,5
Capital	3.060	1.020	200,0
Prima de Emisión	28	28	(1,4)
Reservas	3.321	1.398	137,6
Rdos. Ejer. Anteriores	0	0	nm
Pérdidas y Ganancias	3.342	5.930	(43,6)
Dividendo a Cuenta Entregado	0	(3.873)	nm
PROVISION PARA RIESGOS Y GASTOS	1.172	965	21,5
ACREDORES A LARGO PLAZO	2.191	10.468	(79,1)
Deudas con Entidades de Crédito	595	456	30,5
Deudas con Empr. del Grupo y Aso.	0	8.463	nm
Otros Acreedores	1.596	1.550	3,0
ACREDORES A CORTO PLAZO	26.511	18.146	46,1
Deudas con Entidades de Crédito	1.878	247	660,5
Deudas con Empr. del Grupo y Aso.	5.771	8.860	(34,9)
Acreedores Comerciales	6.726	5.024	33,9
Otras Deudas no Comerciales	12.136	4.015	202,3
AJUSTES POR PERIODIFICACION	13.700	10.639	28,8
TOTAL PASIVO	53.324	44.721	19,2

DESARROLLO INTERNACIONAL

TPI BRASIL

En Brasil, la compañía pasará de publicar 12 guías combinadas de Páginas Amarillas y Páginas Blancas y 9 callejeros en 1999, a publicar en el año 2000 un total de 55 guías de Páginas Blancas, 28 guías de Páginas Amarillas y 2 callejeros. Durante el primer semestre del año se han publicado un total de 18 guías de Páginas Amarillas y 35 de Páginas Blancas. Además se ha lanzado la primera oferta multiproducto del mercado Brasileño en Sao Paulo capital, con la comercialización del producto Online y Páginas Amarillas Habladas bajo la marca Guia Mais.

TPI inició a finales del mes de mayo la comercialización de Guia Mais en Sao Paulo capital mediante el despliegue de una fuerza de ventas de 181 vendedores. Sao Paulo capital representa el 37% del total del mercado brasileño de directorios.

La sociedad presentaba a 30 de junio de 2000 las siguientes cuentas resumidas, que se incorporan a la consolidación del grupo TPI.

CUENTA DE RESULTADOS	1S00	BALANCE	1S00
(millones de ptas.)		(millones de ptas.)	
Ingresos	1.162	Activo	3.145
Gastos de Explotación	1.454	Inmovilizado	380
Resultado de Explotación	-292	Activo Circulante	2.765
EBITDA	-285	Pasivo	3.145
Margen EBITDA	-24,5%	Fondos propios	-215
Bº Neto	-255	Provisiones	116
Recursos generados ⁽¹⁾	-268	Pasivo Circulante	3.244

(1) Recursos generados = Resultado Neto±Resultados Extraordinarios± Diferencias cambio+Amortizaciones

En resumen, los aspectos comentados anteriormente reflejan que nuestro posicionamiento en el mercado brasileño se sigue desarrollando conforme a lo previsto.

Se tiene previsto realizar próximamente una ampliación de capital por importe de 3.000 millones de pesetas aproximadamente para garantizar el normal desarrollo de las operaciones de nuestra filial en Brasil.

Las expectativas de crecimiento sobre nuestro negocio en Brasil establecen unos niveles de ingresos para la totalidad del año 2000 en torno a los 5.000-6.000 millones de pesetas, arrojando un EBITDA negativo de 600-800 millones de pesetas. Se espera alcanzar un EBITDA positivo durante la tercera campaña comercial.

COMERCIO ELECTRONICO

B2B: COMERCIO ELECTRONICO ENTRE EMPRESAS

TPI tiene previsto el lanzamiento durante el cuarto trimestre del año de un mercado horizontal on-line para PYMES “Marketplace” que combinará características de portal informativo, con una plataforma transaccional para la venta de productos y materiales indirectos (material y mobiliario de oficina, hardware y software, material de papelería, servicios profesionales).

La solución tecnológica se basa en la plataforma de Oracle Marketplace y permitirá a sus usuarios beneficiarse de una extensa oferta de información y servicios, así como de importantes descuentos en la compra y contratación de productos y servicios indirectos. La solución Marketplace será una plataforma abierta a la pequeña y mediana empresa, que no necesitará integrar sus sistemas, ya que bastará con utilizar cualquiera de los navegadores de internet estándares del mercado para acceder a todos los servicios y aplicaciones del mercado horizontal Marketplace.

En este sentido, TPI ha llegado a un acuerdo con el BBVA para el desarrollo de esta plataforma de intercambio de productos y servicios que se convertirá en el mercado de referencia para pymes, al posibilitar que estas empresas actúen como compradoras y vendedoras de sus productos y servicios.

Actualmente se está negociando la estructura accionarial de la sociedad que llevará la gestión de este mercado horizontal.

B2C : DIRECTORIO TIENDAS ON-LINE (MALL)

Durante el primer semestre del año, TPI ha consolidado su Mall virtual como el mayor centro comercial virtual español, con un total de más de 1.200 tiendas a finales de junio de 2000, de las cuales 763 han sido producidas y hospedadas por TPI para sus clientes. El número total de tiendas producidas por TPI ya alojadas en el Mall ha supuesto un crecimiento del 154% sobre el primer trimestre de 2000. Durante este primer semestre se ha procedido a la revisión y reorganización de las secciones. Tres nuevas secciones se han añadido incluyendo un apartado internacional que recoge una selección de las principales tiendas virtuales de ámbito internacional.

DESARROLLOS PRINCIPALES CORRESPONDIENTES AL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2000

RELANZAMIENTO DE LA GUIA DE VIAJES VIAJARHOY.COM

Durante el segundo trimestre del año, TPI ha relanzado su original guía vertical de hoteles convirtiéndola en el web site español de viajes con mayor y más completo grado de información acerca de alojamientos, rutas y todos los servicios relacionados con el mundo de los viajes. **Viajarhoy** (www.viajarhoy.com), al que se puede acceder también a través del web Páginas Amarillas On-line (www.paginas-amarillas.es), añade a esta extensa oferta el acceso a servicios de reservas On-line, gracias a acuerdos establecidos entre TPI y empresas como NH Hoteles, Hoteles Tryp, El Corte Inglés, Viajes Marsans, Sol Meliá y Barceló Viajes, y servicios de asistencia en viajes a través de TodoAsistencia.com, de Europ Assistance On-line.

Viajarhoy agrupa información de más de 50.000 restaurantes y 30.000 establecimientos hoteleros españoles, y cerca de 200 ofertas de viajes de 22 compañías distintas (tour operadores, compañías aéreas y agencias de viajes). De éstas, seis ofertas relacionadas con seis destinos diferentes son seleccionadas diariamente, y de forma aleatoria. La entrada en cada opción da acceso al usuario al resto de ofertas de cada destino.

CONTENIDOS DE PÁGINAS AMARILLAS, PÁGINAS BLANCAS Y CITIGUIDES ACCESIBLES DESDE PLATAFORMAS WAP

Para facilitar la entrada a sus contenidos, TPI ha creado su propia dirección WAP (wap.paginas-amarillas.es) a la que se puede acceder a través de cualquier móvil, ya sea Telefónica MoviStar, Airtel o Amena. Los clientes de Telefónica MoviStar pueden acceder a estos contenidos directamente a través de la sección de Enlaces (Guías) del menú e-moción, la facilidad que engloba todos los servicios de acceso a Internet desde Telefónica MoviStar.

El servicio de acceso a (wap.paginas-amarillas.es) combina la facilidad de entrada a la mayor base de datos de particulares, empresas y profesionales españoles con la tecnología de acceso a Internet desde un móvil, lo que le convierte en un instrumento de gran utilidad para los usuarios de telefonía móvil WAP. Permitirá la consulta de la guía telefónica de particulares, así como localizar a más de 1,6 millones de empresas y profesionales españoles y obtener información y datos de interés de las 52 capitales de provincia españolas, tanto con servicios de búsqueda directa como en búsquedas guiadas a través de menús específicos.

Estas búsquedas guiadas permitirán acceder de forma directa a numerosos servicios, entre los que destacan, además de los datos de más de 50.000 restaurantes y 30.000 hoteles, teléfonos de Reparaciones Urgentes, Automoción, Servicios para Empresas, Tiendas 24 horas y Cines, entre otros.

OTROS DESARROLLOS Y ACUERDOS DE 2000

- **Acuerdo con el portal Ya.com.** Mediante el cual todos los usuarios de la red de portales de la filial de Jazztel Ya.com, tienen acceso directo a los contenidos y servicios de Páginas Amarillas, Páginas Blancas .
- **Relanzamiento del web vertical “Viajarhoy.com”.** Con una oferta de más de 50.000 restaurantes y 30.000 hoteles.
- **WAP.** Acceso a la información de Páginas Amarillas, Páginas Blancas y las guías de ciudad Ciudadhoy.com a través de teléfonos móviles con tecnología WAP.
- **TPI, Antena 3 y Via Digital lanzan el canal interactivo “Páginas Amarillas TV”.** El nuevo canal interactivo, que se emitirá a través de la plataforma de televisión por satélite Vía Digital, contará con contenidos correspondientes al servicio de Páginas Amarillas de TPI de más de 1.200 tiendas que configuran “De compras Online”. El usuario de este nuevo canal podrá solicitar más información acerca de los anunciantes y productos y realizar compras electrónicas a través de su mando a distancia.
- **Acuerdo TPI-Lycos España.** Por el cual se distribuyen los contenidos de Páginas Amarillas y Páginas Blancas a través del portal de Lycos.
- **TPI entra en el sector de las guías turísticas con una edición de bolsillo con contenidos de ocio, compras y selección de Páginas Amarillas.** La primera guía se lanzará en Madrid y posteriormente se lanzarán más en otros puntos de interés. Se pondrá a disposición de los turistas en los hoteles de tres o más estrellas y podrá comprarse en los principales puntos de venta de prensa.
- **TPI y BBVA llegan a un acuerdo para liderar el mercado de internet y comercio electrónico para pymes en España y Latinoamérica.** Para ello se desarrollará una plataforma de intercambio de productos y servicios que se convertirá en el mercado de referencia para pymes, al posibilitar que estas empresas actúen como compradoras y vendedoras de sus productos y servicios.
- **TPI y Transmediterranea firman un acuerdo para proveer de contenidos on-line a los pasajeros en buques y terminales portuarias.** Los contenidos ofrecidos on-line serán todos aquellos ofrecidos por TPI (vertical de restaurantes, alojamientos, guías de ciudad, callejeros, guía de hobbies, Páginas Amarillas y Páginas Blancas, tiendas virtuales,...) y se ofrecerán a través de nuevos canales de comunicación y nuevas tecnologías. Este es el primer paso de TPI en su estrategia de proveer de contenidos on-line al sector del transporte.
- **Acuerdo de distribución de contenidos** de Páginas Amarillas y Restaurantes y Hoteles On line a traves del portal **Secretariaplus.com**

- **Acuerdo con Mundohogar.com** (portal del Grupo Iberdrola) para la distribución de los contenidos de Páginas Amarillas y Páginas Blancas On-line.
- **Compra de la empresa editora de contenidos especializados en sectores industriales Goodman Business Press.** Con esta adquisición TPI busca acelerar el desarrollo de su negocio editorial, al tiempo que podrá enriquecer de contenidos especializados comunidades verticales que desarrollarán comercio electrónico.
- **Acuerdo toma de control de Publiguías.** TPI llega a un acuerdo para la toma de control de Publiguías, principal empresa editora de directorios en Chile.
- **Ciudadhoy.com.** Lanzamiento de las 52 guías de ciudad ciudadhoy.com en España.

OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

- Nueva estructura organizativa adaptada a la nueva dimensión de empresa multiproducto de ámbito internacional de TPI, en base a tres áreas de negocio: Productos Editoriales, Productos Electrónicos y Comercio Electrónico entre Empresas. Adicionalmente, creación de una Dirección General de Internacional cuyo objetivo es el desarrollo e implementación de la estrategia de crecimiento y posicionamiento internacional de TPI.
- Nombramiento de Doña Belén Amatriaín Corbi como nuevo Presidente Ejecutivo de la compañía en sustitución de Don Fernando Abril-Martorell.
- Ampliación de capital con cargo a reservas mediante la elevación del valor nominal de las acciones y posterior y simultánea reducción del mismo (Split 3x1), situando el valor nominal de las acciones en 0,05 euros, con el objeto de situar el precio de la acción TPI en bolsa en línea con la media de los precios de las empresas incluidas en el índice selectivo IBEX 35.
- Reparto de un dividendo complementario con fecha 3 de mayo de 2000, de 48,48 ptas. por acción.
- Entrada en el nuevo segmento de mercado de empresas tecnológicas del mercado continuo español, Nuevo Mercado.
- Obtención del premio **iBest** al mejor web site español de servicios Online.
- Compromiso para extender el plan de stock options al total del personal de la compañía.

ANEXO I: INTERPRETACION DE RESULTADOS

Para facilitar un mejor seguimiento de la Compañía por líneas de negocio, se ha realizado la separación de los ingresos publicitarios en cuenta de resultados en dos principales áreas de negocio, Ingresos de productos papel e Ingresos de productos multimedia. Bajo el epígrafe de ingresos Páginas Amarillas Habladas se recoge junto a los ingresos por publicidad, los ingresos derivados del tráfico telefónico de usuarios del **906 365 024**.

Características de la campaña de Ventas y contabilización de los Ingresos

En la interpretación de los Resultados de TPI hay que tener en cuenta los criterios de contabilización de ingresos y gastos:

- En Páginas Amarillas, los ingresos por publicidad y costes directamente asociados a cada guía se reconocen en el momento de publicarse la misma. Los ingresos correspondientes a la facturación que se realiza a los clientes para guías que aún no han sido publicadas, se registran en la cuenta de Pasivo “Ajustes por periodificación”, y sus costes asociados en el Activo como “Existencias en curso”, hasta el momento en que se entrega el primer original.
- En Páginas Blancas, los ingresos generados por ventas de publicidad se reconocen de forma diferente en función de si es Telefónica o TPI la que realiza la venta. Si la venta es realizada por Telefónica, los ingresos se reconocen a medida que son informados por ésta, a lo largo del período de vigencia de la guía. Cuando las ventas son realizadas por TPI, su reconocimiento se realiza a la fecha de publicación de cada guía. De igual forma, los costes asociados a cada guía se reconocen en el momento de publicación de la misma, excepto los costes asociados a ingresos por ventas realizados y facturados por Telefónica y correspondientes a guías de campañas anteriores, los cuales se registran mensualmente en resultados. Esta dualidad en el reconocimiento de ingresos y gastos desaparecerá a partir del 2001, ya que para entonces todos los ingresos por publicidad en Páginas Blancas procederán de las ventas directamente gestionadas por TPI. Los ingresos correspondientes a la facturación para las guías no publicadas, se registran en la cuenta de Pasivo “Ajustes por periodificación”, y sus costes asociados en el Activo como “Existencias en curso”, hasta el momento en que se produce la publicación de las guías.

Páginas Amarillas On line, y Páginas Amarillas Habladas, siguen el mismo criterio que Páginas Amarillas, ingresos y gastos se reconocen en el momento en que se publica el anuncio correspondiente.

Comparación con el Ejercicio 1999

Debido a la forma en que está planificada la campaña de ventas, y al sistema de reconocimiento de ingresos, los datos de la cuenta de resultados son difícilmente comparables período a período, ya que dependen del calendario de publicación de las guías. Por otra parte, dada la mayor concentración de cierre de guías al final del ejercicio, los resultados del primer trimestre no son extrapolables al final del Ejercicio. Como dato de referencia, a 30 de junio de 1999 se registraron el 29% del total de ingresos del año, dicho porcentaje alcanzó el 22% para el mismo período de 1998.

Es por ello por lo que junto a los resultados contables al cierre del primer semestre de 2000, y para mostrar la evolución de las distintas áreas de negocio, comparamos el comportamiento de las ventas de los libros cerrados y publicados a 30 de junio de 2000, con los resultados de los libros correspondientes al mismo ámbito geográfico durante la campaña pasada. Este análisis pone de relieve un crecimiento comercial del 9,5% sobre mismos libros en el caso de Páginas Amarillas.

Perímetro de Consolidación Contable

En marzo de 1999 Telefónica Publicidad e Información S.A. vendió a Telefónica S.A., las filiales, Estrategias Telefónicas S.A.U. y Venturini España S.A. y en mayo de 1999, Doubleclick Iberoamerica S.L. a Telefónica Interactiva S.A.

Así, a 31 de marzo de 1999 se consolidaba por integración global todas las empresas pertenecientes al grupo de Telefónica Publicidad e Información S.A.: Estrategias Telefónicas S.A.U. (y sus filiales, G.S.E. S.A. y Tempotel S.A.U.), Venturini España S.A. (y su filial Venturini S.A.), Doubleclick Iberoamérica S.L. y TMP Worldwide España S.A. Tras la venta antes mencionada de las filiales, sólo consolidarían, a 30 de junio 2000, TMP Worldwide España S.A. (que no tiene actividad) y Telefónica Publicidade e Informação S.L., empresa constituida junto a Telefónica Internacional S.A. en abril de 1.999.

De este modo, debido al cambio del perímetro de consolidación, los estados financieros consolidados del primer semestre de 1999 y 2000 no son comparables; por este motivo, presentamos balance y cuenta de resultados individuales para facilitar su comparación entre ejercicios, y adjuntamos en un anexo balance y cuenta de resultados proforma consolidados, de los que se excluyen del perímetro de consolidación las sociedades vendidas.

ANEXO II: 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.

A partir de este trimestre, vamos a desagregar las principales partidas tanto del Balance como de la Cuenta de Resultados pro-forma para mostrar el efecto que sobre los datos consolidados tienen Brasil y las nuevas unidades de negocio que se vayan integrando en el Grupo TPI, como es el caso de Publiguías y Goodman Business Press.

Principales datos financieros (TPI Consolidado Proforma)

(millones de ptas.)	1S00	1S99	Var. (%)
Ingresos	19.098	15.980	19,5
EBITDA	5.584	4.949	12,8
Margen EBITDA	29,2%	31,0%	nm
Beneficio Neto⁽¹⁾	3.212	5.932	-45,9
Recursos Generados⁽²⁾	3.935	2.705	45,5

Nº Acciones TPI a 30 de junio 2000: 367.819.500

⁽¹⁾ 1S99 recoge Resultados Extraordinarios brutos por importe de 3.739,2 m de ptas.

⁽²⁾ Resultado Neto \pm Resultados Extraordinarios \pm Diferencias Cambio+Amortizaciones

Si hacemos una comparación de las cuentas de resultados individuales y consolidadas pro forma de TPI, veremos el impacto que supone la consolidación de la operación de Brasil.

En términos de Margen de EBITDA el grupo ofrece en el primer semestre un margen del 29,2%, comparado con un 32,7% de los resultados individuales.

La paulatina incorporación de negocios que se encuentran en su fase inicial de desarrollo, va a afectar al margen de EBITDA del Grupo consolidado, produciendo, al menos temporalmente, un efecto dilución hasta que estos negocios alcancen la masa crítica prevista.

CUENTA DE RESULTADOS (TPI CONSOLIDADO PRO-FORMA)

	1S00	1S99	Var (%)	31/12/99
<i>(millones de ptas.)</i>				
Ingreso de explotación	19.098	15.980	20%	56.972
Gastos de explotación	14.293	11.538	24%	39.961
Personal	5.676	4.577	24%	9.881
Provisiones	831	332	150%	2.502
Amortizaciones	779	507	54%	1.137
Otros gastos	11.013	9.149	20%	25.307
Obra en curso	-4.006	-3.027	32%	1.134
Resultado de explotación	4.805	4.442	8%	17.011
Margen EBIT	25%	28%		30%
Ingresos financieros	56	23	143%	54
Gastos financieros	56	32	75%	112
Ingresos extraordinarios	47	5.214	-99%	5.361
Gastos extraordinarios	7	1.470	-100%	1.936
Rdos- antes de minoritarios e impuestos	4.845	8.177	-41%	20.378
Impuesto sobre beneficio	-1.758	-2.246	-22%	-6.594
Resultado antes de minoritarios	3.087	5.931	-48%	13.784
Interés minoritario	125	1	12400%	
Resultado neto	3.212	5.932	-46%	13.784
Margen beneficio neto	17%	37%	-55%	-168%
EBITDA	5.584	4.949	13%	18.148
Margen EBITDA	29%	31%		32%

BALANCE DE SITUACION (TPI CONSOLIDADO PRO-FORMA)

ACTIVO	1S00	1S99	Var (%)
<i>(millones de ptas.)</i>			
INMOVILIZADO	8.056	6.355	27%
Gastos de establecimiento	222	126	76%
Inmaterial	4.984	4.215	18%
Material	2.086	1.604	30%
Financiero	764	410	86%
FONDO DE COMERCIO	7	9	-22%
GASTOS A DIST. VARIOS EJER.	9	27	-67%
ACTIVO CIRCULANTE	48.328	38.558	25%
Existencias	6.469	6.017	8%
Deudores	41.790	30.416	37%
Inversiones Financieras Temporales	35	1.934	-98%
Tesorería	34	191	-82%
AJUSTES POR PERIODIFICACION	66	86	-23%
TOTAL ACTIVO	56.466	45.035	25%
PASIVO	1S00	1S99	Var (%)
<i>(millones de ptas.)</i>			
FONDOS PROPIOS	9.632	4.511	114%
Capital	3.060	1.020	200%
Prima de emisión	28	28	0%
Reservas	3.316	1.396	138%
Reservas Integración Global	16	11	45%
Perdidas y Ganancias	3.212	5.929	-46%
Dividendo entregado a cuenta	0	-3.873	-100%
SOCIOS EXTERNOS	-105	27	-489%
PROVISIONES RIESGOS Y GASTOS	1.288	965	33%
ACREEDORES LARGO PLAZO	2.190	10.469	-79%
Deudas con entidades de credito	595	456	30%
Otros acreedores	1.595	10.013	-84%
ACREEDORES CORTO PLAZO	29.647	18.424	61%
Deudas con entidades de credito	2.827	247	1045%
Deudas con empresas del grupo y asociadas	7.316	9.129	-20%
Acreedores comerciales	7.288	5.027	45%
Otras deudas no comerciales	12.216	4.021	204%
AJUSTES POR PERIODIFICACIÓN	13.814	10.639	30%
TOTAL PASIVO	56.466	45.035	25%