

# Directorios

## Negocio de Directorios del Grupo Telefónica

### Resultados Consolidados

(millones de euros)

	GRUPO TPI-PÁGINAS AMARILLAS			DIRECTORIOS GRUPO TELEFÓNICA (2)		
	2001	2000	% Var.	2001	2000	% Var.
Ingresos por operaciones	511,7	413,0	23,9	619,5	607,7	2,0
Trabajos para inmovilizado (1)				0,0	(1,9)	c.s.
Gastos por operaciones	(382,9)	(291,7)	31,2	(444,9)	(450,6)	(1,3)
Otros ingresos (gastos) netos				(48,6)	(41,6)	16,9
<b>EBITDA</b>	<b>128,8</b>	<b>121,2</b>	<b>6,2</b>	<b>126,1</b>	<b>113,7</b>	<b>10,9</b>
Amortizaciones	(25,5)	(11,1)	129,7	(29,7)	19,2	54,3
<b>Resultado de explotación</b>	<b>103,3</b>	<b>110,1</b>	<b>(6,2)</b>	<b>96,4</b>	<b>94,4</b>	<b>2,1</b>
Resultados empresas asociadas	(1,7)	(0,1)	n.s.	(1,7)	(1,4)	20,9
Resultados financieros	(10,8)	(0,9)	n.s.	(15,2)	(11,8)	28,4
Amortización fondo comercio	(2,2)	(0,2)	n.s.	(0,5)	0,0	n.s.
Reversión diferencias negativas consolidación	1,7	0,0	n.s.			
Resultados extraordinarios	(0,3)	(1,7)	(85,5)	(6,9)	(3,6)	62,9
<b>Resultados antes de impuestos</b>	<b>90,1</b>	<b>107,2</b>	<b>(16,0)</b>	<b>72,2</b>	<b>77,6</b>	<b>(7,0)</b>
Provisión impuesto	(33,7)	(38,2)	(11,8)	(33,4)	(38,3)	(12,8)
<b>Resultados antes minoritarios</b>	<b>56,4</b>	<b>69,0</b>	<b>(18,3)</b>	<b>38,9</b>	<b>39,3</b>	<b>(1,1)</b>
Resultados atribuidos a minoritarios	8,5	3,2	169,5	9,2	15,7	(41,5)
<b>Beneficio Neto</b>	<b>64,9</b>	<b>72,2</b>	<b>(10,1)</b>	<b>48,0</b>	<b>55,0</b>	<b>(12,6)</b>

(1) Incluye obra en curso

(2) Incluye todos los negocios de Directorios del Grupo Telefónica desde el 1 de enero de 2001

## Grupo TPI-Páginas Amarillas

### Evolución de ingresos

(millones de euros)

	2001	2000	% Var.
Publicitarios	448,81	329,78	36,1
Editorial	425,76	319,53	33,2
• Páginas Amarillas	349,14	256,89	35,9
• Páginas Blancas	64,95	53,59	21,2
• Otros	11,66	9,05	29,0
Internet	19,27	7,83	146,1
Páginas Amarillas Habladas	3,78	2,42	56,2
Operadora	58,93	53,44	10,3
Otros	3,94	29,76	-86,8
<b>Total ingresos de explotación</b>	<b>511,68</b>	<b>412,98</b>	<b>23,9</b>

(1) Ingresos por Guía Básica de Referencia y otros operadora.

(2) Ingresos por tráfico telefónico, venta de ejemplares y papel usado entre otros.

El año 2000 incluye los ingresos por ventas de publicidad de Telefónica por Páginas Blancas.

# Directorios

*Latinoamérica ha pasado de no superar el 9% de los ingresos en el año 2000 a representar más del 24% de los ingresos totales del grupo TPI en 2001*

## Crecimiento Sostenido de su Rentabilidad

La estrategia del grupo Telefónica Publicidad e Información (TPI) durante los últimos ejercicios viene basándose en el crecimiento sostenido de su rentabilidad, lo que permite maximizar la captura de valor para sus accionistas. Dicha estrategia se concreta en la consolidación de TPI como grupo global de Publicidad e Información, la diversificación de sus ingresos y la mejora de la rentabilidad de la Compañía.

Así, a lo largo del ejercicio 2001, TPI refuerza su liderazgo en el mercado de directorios de habla hispana y portuguesa, renegociando el marco contractual entre Publiguías y Telefónica CTC Chile y lanzando en São Paulo Capital, Curitiba y otras zonas del estado brasileño, la primera edición de Guía Mais, nombre comercial de los productos de TPI en Brasil. Esto último ha supuesto que TPI Brasil alcanzara una cuota de mercado del 20%, con más de 17.800 clientes y unos ingresos que sobrepasan los 22 millones de euros. Su decidida apuesta por afianzar esta creciente expansión internacional quedaba también de manifiesto a comienzos de 2002 con la compra del negocio de directorios de Telefónica del Perú.

Este proceso de internacionalización del grupo TPI se caracteriza, también, por la búsqueda de la globalización de todos los negocios relacionados con su ámbito de actuación, aprovechando las sinergias que genera un grupo, transfiriendo las mejores prácticas a todas las compañías que lo integran y estableciendo estructuras que permitan racionalizar gastos e inversiones.

Como parte, también, de esta estrategia de crecimiento, TPI daba un fuerte y decidido impulso a la creación de nuevas fuentes de ingresos, apostando por el desarrollo de nuevos productos y soportes y por la diversificación en sectores que presenten encaje estratégico con el suyo, tratando de evolucionar hacia un modelo de negocio más transaccional.

Todo ello ha tenido su reflejo en los resultados alcanzados en el año 2001, durante el cual, el EBITDA consolidado crecía un 6,2% hasta alcanzar los 128,8 millones de euros, y los ingresos consolidados alcanzaban los 511,7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 23,9% respecto a 2000. Latinoamérica, mercado de expansión natural de TPI, ha pasado de no superar el 9% de los ingresos en 2000 a representar más del 24% de los ingresos totales del grupo TPI en 2001.

Este buen comportamiento de los resultados refleja la positiva evolución de sus líneas de negocio, la fortaleza del negocio tradicional en España (los ingresos publicitarios crecen un 9'8%, eliminando el efecto de los ingresos de la publicidad contratada por Telefónica en Páginas Blancas, cuyo importe asciende a 23,11 millones de euros), el fuerte crecimiento de los ingresos publicitarios de Internet en España (114,6%), la incorporación de la cuenta de resultados de Publiguías a las cuentas consolidadas del grupo a partir del 1 de enero de 2001 (el 13,9% del total) y el éxito registrado en la primera campaña comercial de Guía Mais, cuyas ventas suponen el 4,5% de los ingresos totales obtenidos por el Grupo.



## Productos en soporte papel

Los ingresos relacionados con los productos en soporte papel continúan siendo la principal fuente de ingresos del grupo TPI (94,7% del total) alcanzando en 2001 los 484,5 millones de euros.

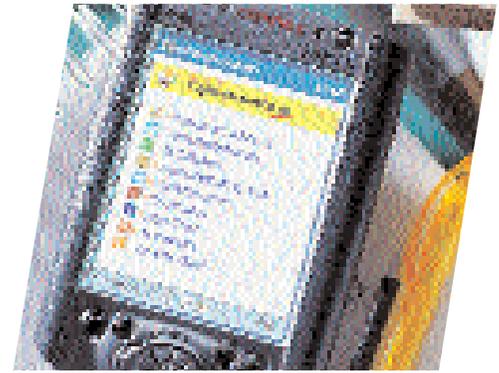
### Páginas Amarillas

Páginas Amarillas es la principal fuente de ingresos del grupo TPI (349,14 millones de euros en 2001), con un crecimiento del 35,9% respecto al año anterior y aportando el 68,2% del total de los ingresos. Para este negocio, TPI cuenta con marcas distintas para cada uno de los mercados, que son uno de sus principales activos. Así, en España, la marca “Páginas Amarillas” es conocida por el 100% de la población y en situación similar se encuentran “Las Amarillas de Publiguías” en Chile.

En el año 2001, el grupo TPI publicó 82 directorios de páginas amarillas que fueron distribuidos en más de 20 millones de hogares y empresas, captando la confianza de más de 370.000 anunciantes. Asimismo, se incorporaban una serie de novedades y mejoras entre las que destacan la inclusión de planos y callejeros en la totalidad de las guías de Páginas Amarillas, la realización de desgloses hogar/trabajo y el lanzamiento de las Páginas Amarillas de bolsillo.

### Páginas Blancas

A lo largo del año, se editaron 79 libros de páginas blancas, con una tirada de más de 21 millones de ejemplares. Los ingresos publicitarios del producto crecieron un 21,2%, alcanzando los 64,95 millones de euros.



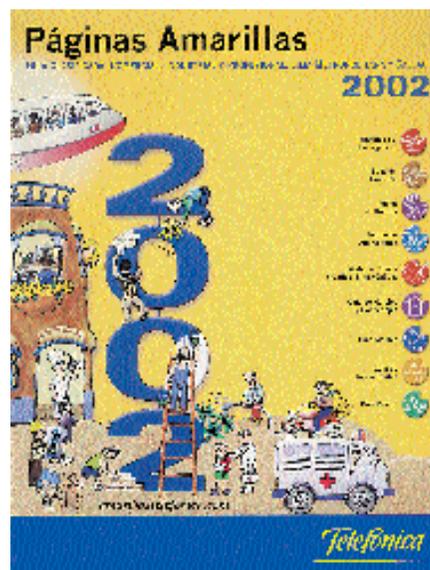
*Páginas Amarillas continúa siendo la principal fuente de ingresos del grupo TPI, aportando un 68,2% del total de los mismos*

## Productos Multimedia

Los mayores crecimientos porcentuales de ingresos provienen de los productos relacionados con las nuevas tecnologías. En el año 2001, los ingresos de productos multimedia del grupo TPI alcanzaron los 23,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 120,9% sobre el año 2000.

### Páginas Amarillas Online

Los sitios web del grupo TPI registraban, en 2001, un fuerte incremento en sus niveles de audiencia. En España, Páginas Amarillas Online registró 452,4 millones de páginas vistas y más de 19,9 millones de visitas. En Brasil, Guía Mais Online presentaba un crecimiento en cuanto al número de visitas y páginas vistas del 986% y 931%, respectivamente.



Por otra parte, TPI reforzaba la oferta a sus clientes poniendo a su disposición nuevos objetos publicitarios adaptados a las preferencias de los usuarios: nuevas herramientas de comunicación ( publicidad clasificada y posicionada) frente al negocio tradicional de *banners* y la creación, diseño y alojamiento de páginas web, empleando para ello canales de venta especializados en este tipo de soporte.

Alrededor de los directorios de Páginas Amarillas Online se desarrollan varios servicios como planos y callejeros de las principales ciudades, Páginas Blancas Online, centros comerciales virtuales, verticales temáticos y, en Chile, la guía de Websites, que también se comercializa en papel.

## Páginas Amarillas Habladas

Este servicio telefónico, por el que se puede acceder a la información de empresas y profesionales de los directorios de páginas amarillas en soporte papel, está disponible en España y Chile (Páginas Amarillas Habladas), y en Brasil (Disk Guía Mais). En 2001, se incorporan nuevos contenidos y funcionalidades para el usuario, entre los que destaca la prestación del servicio de Páginas Habladas de Publiguías a los clientes de telefonía celular, gracias a un acuerdo alcanzado con Telefónica Móviles en Chile.

## Nuevas Tecnologías

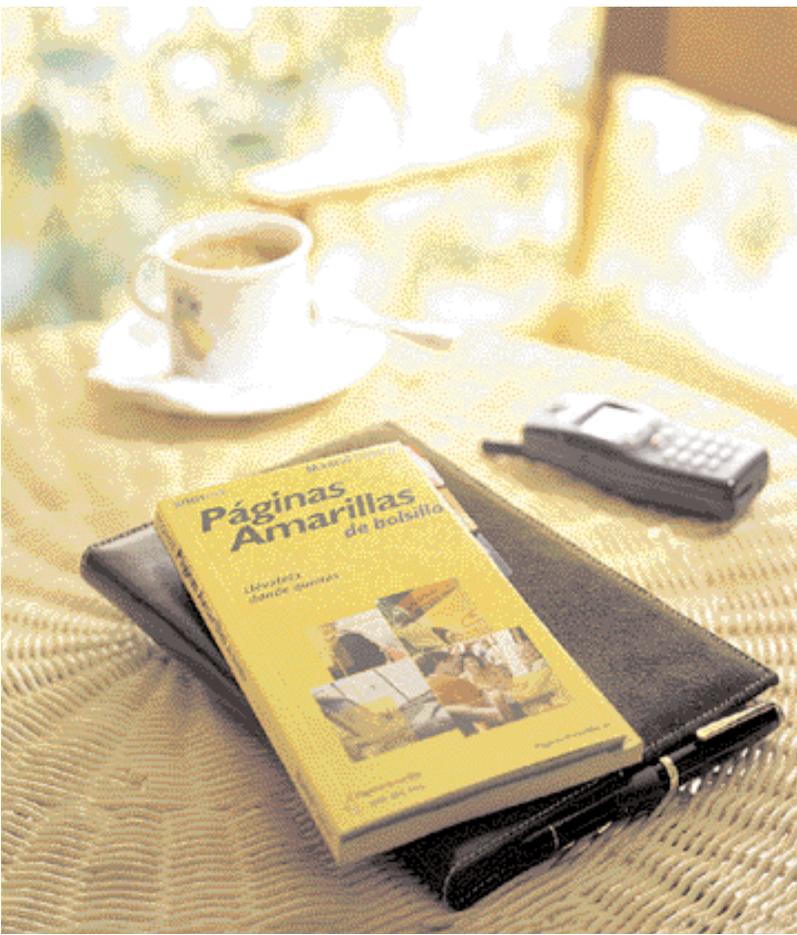
Dentro de su apuesta porque sus contenidos sean multiplataforma, en diciembre de 2001, TPI lanzaba en España un canal de Nuevas Tecnologías de PáginasAmarillas.es, para facilitar a los usuarios el acceso a los contenidos de TPI en nuevos soportes (PDA, WAP, SMS).

En Brasil, TPI ha sido la primera compañía en poner a disposición de sus clientes la información de sus directorios en tecnología WAP, GPRS y en agendas digitales o pocket PC. Por último, Publiguías lanzaba durante el año 2001 wap.amarillas.cl y wap.blancas.cl siendo la primera empresa de directorios del país en prestar este servicio.

## Comercio electrónico

En julio de 2001, TPI acordaba la integración de su iniciativa de comercio electrónico IMI (Iniciativas Mercados Interactivos) con Adquira para crear junto a Telefónica de España (20%), BBVA (40%), Repsol YPF (10%) e Iberia (10%), una plataforma líder en comercio electrónico entre empresas en España. TPI tiene una participación del 20% en dicha compañía.

La empresa cuenta con una oferta de soluciones integrales de comercio electrónico entre empresas (B2B) para el aprovisionamiento, compra y negociación de bienes y servicios indirectos para todos los segmentos de empresas, desde la gran corporación hasta la pequeña empresa.



En 2001 TPI lanzó las Páginas Amarillas de bolsillo

En Brasil, TPI ha sido la primera compañía en poner a disposición de sus clientes la información de sus directorios en tecnología WAP, GPRS y en agendas digitales o Pocket PC