

PLANES DE TPI

23 de Marzo de 2005, 08:08|

Telefónica Publicidad e Información (TPI-Páginas Amarillas) mantiene su intención de incorporar a su cartera Telinver, la filial de directorios de Telefónica de Argentina, y explora posibles adquisiciones estratégicas fuera de España, especialmente en Latinoamérica y Europa, informaron a Europa Press fuentes de la compañía.

TPI ayuda a Telinver a gestionar su red de ventas y conoce muy bien sus planes, aunque la propiedad de la editora de 'Páginas Doradas' corresponde a Telefónica de Argentina.

La intención de TPI es convertirse en propietaria de Telinver, una operación que se materializará "tan pronto como todos lo vean razonable", indicaron las mismas fuentes.

Además, la compañía presidida por Belén Amatriáin contempla oportunidades de adquisición de activos que tengan que ver con su negocio, tanto en Latinoamérica como en Europa. Sin embargo, es consciente de la dificultad de realizar compras en su sector en el Viejo Continente, porque los directorios "están de moda" y despiertan un gran interés en los fondos de inversión.

En la búsqueda de posibles incorporaciones a su perímetro, TPI no sólo considera fundamental el encaje en su estrategia, que se concreta en actividades de búsqueda de información y de soporte publicitario, sino que también tiene en cuenta la cercanía cultural. Así, ha rechazado la oportunidad de introducirse en mercados como Singapur o Sudáfrica.

En el marco de su estrategia de diversificación, TPI ha entrado en un nuevo negocio, el marketing directo, a través de su empresa TPI Direct, especializada en 'mailings', buzoneos y elaboración de folletos. De momento su actividad, dirigida a las pymes que ya son clientes de TPI, se limita a Madrid, pero su intención es ampliarla a otras regiones en los próximos meses.

La filial de Telefónica es consciente de que el volumen de negocio del marketing directo es "inmensamente grande", dado que supone el 37% de la inversión publicitaria en medios no convencionales, que se cifra en 6.600 millones de euros, y toma como referencia los ingresos anuales de 35 millones de euros registrados por su 'colega' italiano, Pagine Gialle, que lleva años en este segmento.

Asimismo, TPI Edita, la línea de negocio dedicada a la distribución de revistas gratuitas, que compró hace años Goodman Business Press y hasta ahora estaba centrada en las revistas sectoriales, ha lanzado dos nuevas publicaciones, éstas dirigidas al público general.

'Wapa', revista mensual sobre belleza y salud, se distribuye desde el mes de diciembre en establecimientos como hoteles, gimnasios y peluquerías de toda España y está concebida para "dar más oportunidades" a los anunciantes que ya están presentes en Páginas Amarillas.

La otra nueva publicación es 'Romantique & Chic', adquirida por TPI Edita tras sus primeros números. Esta revista tiene como objetivo captar la publicidad de artículos de lujo y se distribuye en establecimientos de "alta gama" --hoteles de cinco estrellas, tiendas de lujo y joyerías-- de Madrid, Bilbao y Marbella.

En lo que respecta a la retribución al accionista, TPI tiene la intención de mantener su política de pagar un dividendo anual equivalente al menos al 50% de su beneficio, siempre que no se produzca ninguna circunstancia que justifique un cambio en este ámbito. En 2005, el grupo TPI distribuirá un dividendo equivalente al 97% de su beneficio neto.