

<b>GENERAL</b>
----------------

**AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE AL:**
**TRIMESTRE**

<b>TERCERO</b>
----------------

**AÑO**

<b>2002</b>
-------------

<b>Denominación Social:</b> PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.
---

<b>Domicilio Social:</b> C/GRAN VÍA, 32, 6ª PLANTA
---

<b>N.I.F.</b>
---------------

A28297059
-----------

Personas que asumen la responsabilidad de esta información, cargos que ocupan e identificación de los poderes o facultades en virtud de los cuales ostentan la representación de la sociedad:	<b>Firma:</b>
---	---------------

JUAN LUIS CEBRIAN ECHARRI, CONSEJERO DELEGADO DEL GRUPO PRISA. ESCRITURA 2387/99 DE 5 DE JULIO DE 1999.	
--	--

**A) AVANCE TRIMESTRAL DE RESULTADOS**

Uds.: Miles de Euros

		INDIVIDUAL		CONSOLIDADO	
		Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior	Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior
IMPORTE NETO DE LA CERRA DE NEGOCIO (1)	9500	12.470	12.448	942.045	930.048
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	1048	33.260	37.684	66.366	90.955
RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	3044	72.474	47.133	81.481	63.655
Resultado atribuido a Socios Externos	2050			3.586	541
RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	2080			85.067	64.196
CAPITAL SUSCRITO	0500	21.881	21.881		
NUMERO MEDIO DE PERSONAS EMPLEADAS	3000	101	94	9.154	8.299

**B) EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS**

(Aunque de forma resumida debido al carácter sintético de esta información trimestral, los comentarios a incluir dentro de este apartado, deberán permitir a los inversores formarse una opinión suficiente acerca de la actividad desarrollada por la empresa y los resultados obtenidos durante el periodo cubierto por esta información trimestral, así como de su situación financiera y patrimonial y otros datos esenciales sobre la marcha general de los negocios de la sociedad)

**ANEXO I**

**B) EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS (continuación)**

(Aunque de forma resumida debido al carácter sintético de esta información trimestral, los comentarios a incluir dentro de este apartado, deberán permitir a los inversores formarse una opinión suficiente acerca de la actividad desarrollada por la empresa y los resultados obtenidos durante el periodo cubierto por esta información trimestral, así como de su situación financiera y patrimonial y otros datos esenciales sobre la marcha general de los asuntos de la sociedad).

**ANEXO I**

**NOTA:** en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

### III. BASES DE PRESENTACIÓN Y NORMAS DE VALORACIÓN

(En la elaboración de los datos e informaciones de carácter financiero-contable incluidos en la presente información pública periódica, deberán aplicarse los principios, normas de valoración y criterios contables previstos en la normativa en vigor para la elaboración de información de carácter financiero-contable e incorporar a las cuentas anuales y estados financieros intermedios correspondiente al sector al que pertenece la entidad. Si excepcionalmente no se hubieran aplicado a los datos e informaciones que se adjunten los principios y criterios de contabilidad generalmente aceptados exigidos por la correspondiente normativa en vigor, este hecho deberá ser señalado y motivado suficientemente, debiendo explicarse la influencia que su no aplicación pudiera tener sobre el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la empresa o su grupo consolidado. Adicionalmente, y con un alcance similar al anterior, deberán mencionarse y comentarse las modificaciones que, en su caso y en relación con las últimas cuentas anuales auditadas, puedan haberse producido en los criterios contables utilizados en la elaboración de las informaciones que se adjunten. Si se han aplicado los mismos principios, criterios y políticas contables que en las últimas cuentas anuales, y si aquellos responden a lo previsto en la normativa contable en vigor que le sea de aplicación a la entidad, indíquese así expresamente).

Se han aplicado los mismos principios, criterios y políticas contables que en las últimas cuentas anuales y que en la última comunicación de resultados.

**NOTA:** en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.

**D). DIVIDENDOS DISTRIBUIDOS DURANTE EL PERIODO :**

(Se hará mención de los dividendos distribuidos desde el inicio del ejercicio económico)

		% sobre Nominal	Euros por acción	Importe (Miles de Euros)
1. Acciones Ordinarias	3100	90%	0,09	18.708
2. Acciones Preferentes	3110			
3. Acciones sin voto	3120			

Información adicional sobre el reparto de dividendos (a cuenta, complementario, etc)

El cálculo del dividendo por acción no considera la autocartera de la sociedad dominante.

**E) HECHOS SIGNIFICATIVOS (\*)**

	SI	NO
1. Adquisiciones o transmisiones de participaciones en el capital de sociedades cotizadas en bolsa determinantes de la obligación de comunicar complementada en el art. 53 de la LMV (5 por 100 y múltiplos)	3200	X
2. Adquisiciones de autocartera determinantes de la obligación de comunicar según la disposición adicional 1ª de la LSA (1 por 100)	3210	X
3. Otros aumentos y disminuciones significativos del Inmovilizado (participaciones superiores al 10% en sociedades no cotizadas, inversiones o desinversiones materiales relevantes, etc.)	3220	X
4. Aumentos y reducciones del capital social o del valor de los títulos	3230	X
5. Emisiones, reembolsos o cancelaciones de empréstitos	3240	X
6. Cambios de los Administradores o del Consejo de Administración	3250	X
7. Modificaciones de los Estatutos Sociales	3260	X
8. Transformaciones, fusiones o escisiones	3270	X
9. Cambios en la regulación institucional del sector con incidencia significativa en la situación económica o financiera de la sociedad o del Grupo	3280	X
10. Pleitos, litigios o contenciosos que puedan afectar de forma significativa a la situación patrimonial de la Sociedad o del Grupo	3290	X
11. Situaciones concursales, suspensiones de pagos, etc.	3310	X
12. Acuerdos especiales de limitación, cesión o renuncia total o parcial, de los derechos políticos y económicos de las acciones de la Sociedad.	3320	X
13. Acuerdos estratégicos con grupos nacionales o internacionales (intercambio de paquetes accionariales, etc.)	3330	X
14. Otros hechos significativos	3340	X

Marcar con una "X" la casilla correspondiente, adjuntando en caso afirmativo anexo explicativo en el que se detalle la fecha de comunicación a la CNMV y a la SRVB.

## F) ANEXO EXPLICATIVO HECHOS SIGNIFICATIVOS

Con fecha 9 de julio de 2002 se comunica que el acuerdo de accionistas de Sogecable, S.A. suscrito el 28 de junio de 1999 por Promotora de Informaciones, S.A. y por Canal +, S.A. que fue objeto de novación para permitir la subrogación en la posición contractual de esta última de Groupe Canal +, S.A., ha sido prorrogado automáticamente por otro período anual, hasta el 31 de diciembre de 2003.

El 10 de julio de 2002 se comunica que las sociedades Ediciones Primera Plana, perteneciente a Grupo Zeta, y Grupo Empresarial de Medios Impresos (GMI), del Grupo Prisa, han constituido, al 50%, la sociedad Eje de Editores Media S.L. para la realización y comercialización de suplementos y revistas para los periódicos de información general que GMI y Primera Plana editan en España y sus diarios asociados.

Con fecha de 11 de julio de 2002 se comunica que Promotora de Informaciones, S.A. ha alcanzado un acuerdo con Fingalicia, S.A. (sociedad participada por Banco Pastor y por Inversiones Ibersuizas) y con Agrupación Radiofónica, S.A. (sociedad participada por cuatro empresas radiofónicas regionales) para su incorporación al accionariado de Promotora de Emisoras de Televisión, S.A. (Pretesa), sociedad perteneciente al 100% al Grupo Prisa y dedicada a la televisión local.

Fingalicia, mediante compra directa de acciones y mediante suscripción de un aumento de capital, adquirirá un 10% del capital social de Pretesa, mientras que Agrupación Radiofónica adquirirá, por idéntico procedimiento un 4%.

Con fecha 24 de julio de 2002 se comunica que Vivendi Universal, garante de las obligaciones de Groupe Canal +, S.A. en el pacto de accionistas de Sogecable celebrado con Promotora de Informaciones, S.A. ha manifestado a través de una nota de prensa su intención de mantener su participación en Sogecable a través de otra sociedad de su grupo, dentro de una operación de reestructuración del mismo.

**NOTA:** en caso de ser insuficiente el espacio reservado en estos cuadros para las explicaciones solicitadas, la sociedad podrá adjuntar cuantas hojas adicionales considere necesarias.



Grupo PRISA

**RESULTADOS ENERO-SEPTIEMBRE 2002****EL BENEFICIO NETO DE PRISA FUE DE 85 MILLONES DE EUROS CON UN CRECIMIENTO DEL 32,5%**

En los primeros nueve meses del ejercicio 2002, el Grupo Prisa incrementó sus ingresos un 1,3% hasta alcanzar los 942 millones de euros. El resultado de explotación fue de 103,13 millones de euros, un 5,3% inferior al ejercicio anterior, y el beneficio neto se incrementó un 32,5 % hasta alcanzar los 85 millones de euros.

Los aspectos a destacar de los primeros nueve meses del año son :

- Los ingresos por venta de ejemplares se incrementaron un 7%, hasta alcanzar los 170 millones de euros.
- Los ingresos derivados de la publicidad mejoraron un 6,2% en parte debido a la consolidación por primera vez de Caracol y Radiópolis. Sin este efecto, los ingresos disminuirían un 0,9%.
- La mayor parte de los negocios de Prisa reflejan una mejora significativa del resultado de explotación debido al esfuerzo en la contención de costes. Destaca el crecimiento del margen operativo en El País.
- Los nuevos desarrollos de prensa regional e internet mejoran su comportamiento reduciendo las pérdidas de forma notoria respecto al mismo período del ejercicio anterior.
- Las campañas de educación de Santillana se encuentran prácticamente finalizadas. Destaca el buen comportamiento de las ventas en países como México, Brasil, Perú, Ecuador, Chile y Costa Rica.
- Se ha constituido una nueva sociedad holding (GRUPO LATINO DE RADIO, SL) que agrupa los negocios de radio en Latinoamérica: el 50% de GLR, el 50% de Radiópolis y el 77,37% de GRUPO CARACOL. Dicha sociedad holding queda participada al 86,7% por PRISA y al 13,3% por VALORES BAVARIA, S.A. En consecuencia, CARACOL pasa a consolidarse por integración global en las cuentas de PRISA.

**En España, el mercado publicitario** continuó decreciendo durante el tercer trimestre del ejercicio en línea con la caída experimentada durante los primeros seis meses del año. Nuestra mejor estimación sitúa por encima del 3% la caída experimentada durante los primeros nueve meses del año.

**Los ingresos publicitarios del grupo** han experimentado un incremento del 6,2% durante los primeros nueve meses del ejercicio. A este incremento han contribuido la consolidación por primera vez en este ejercicio de Caracol por integración global junto con la consolidación por integración proporcional de Radiópolis. Excluyendo el efecto de dichas incorporaciones, la facturación publicitaria del grupo habría experimentado una disminución del 0,9% respecto al mismo período del ejercicio anterior.

La crisis general **en Latinoamérica** junto con la turbulencia financiera internacional y la disminución de las exportaciones han contribuido al agravamiento de las condiciones económicas en la mayor parte de los países.

La experiencia de Prisa de más de 40 años en este área le ha permitido llevar a cabo una política de ajuste, prestando especial atención a las perspectivas de los negocios y adecuando flexiblemente sus actividades a la nueva realidad muy condicionada por los tipos de cambio. En este sentido, destaca el buen comportamiento de México y Brasil que incluso han incrementado sus volúmenes de ventas en moneda local, en un entorno complicado y en un ejercicio en el que las compras del sector público no representaban un volumen significativo.

A septiembre, las campañas de educación de Santillana están prácticamente finalizadas y han mostrado un buen comportamiento especialmente en México, Brasil, Perú, Ecuador, Chile y Costa Rica.

El Grupo está llevando a cabo acciones como la centralización de las compras, la gestión de los servicios compartidos, la centralización de la tesorería y la puesta en funcionamiento de un nuevo plan tecnológico.

**PRINCIPALES MAGNITUDES FINANCIERAS**

Las principales magnitudes financieras del grupo durante los nueve primeros meses de 2002 han sido las siguientes:

Millones €	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Ingresos</b>	<b>942,05</b>	<b>930,05</b>	<b>1,3</b>
<b>EBITDA</b>	<b>184,49</b>	<b>179,96</b>	<b>2,5</b>
<b>EBIT</b>	<b>103,13</b>	<b>108,90</b>	<b>(5,3)</b>
Resultado financiero	(29,02)	(21,30)	(36,2)
Resultado puesta en equivalencia	(7,11)	10,47	-
Amortización fondo de comercio	11,28	18,07	(37,6)
<b>Resultado actividades ordinarias</b>	<b>55,72</b>	<b>80,00</b>	<b>(30,4)</b>
Resultado extraordinario	10,62	10,95	(3,0)
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>66,34</b>	<b>90,95</b>	<b>(27,1)</b>
Impuesto sobre beneficios	(15,14)	27,30	-
Resultado atribuido socios externos	(3,59)	(0,54)	-
<b>Resultado neto</b>	<b>85,07</b>	<b>64,19</b>	<b>32,5</b>

**EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO**

Los ingresos de explotación se incrementan un 1,3% alcanzando 942,05 millones de euros, frente a los 930,05 millones obtenidos durante los nueve primeros meses de 2001.

Por línea de actividad, el desglose de los ingresos es el siguiente:

Millones de €	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
Ventas de publicidad	327,33	308,32	6,2
Venta de libros y derechos	312,27	345,40	(9,6)
Venta de periódicos	169,66	158,50	7,0
Otros ingresos	132,79	117,83	12,7
<b>Total cifra de negocio</b>	<b>942,05</b>	<b>930,05</b>	<b>1,3</b>



- **Las ventas de publicidad** aumentan un 6,2% respecto al mismo periodo del año anterior. Radiópolis y Caracol se consolidan por integración proporcional y global respectivamente por primera vez en el ejercicio 2002 y aportan unos ingresos por publicidad de 22 millones de euros durante los nueve primeros meses del año. Descontando el efecto de estas cifras, los ingresos por publicidad en los nueve primeros meses de 2002 experimentarían una disminución del 0,9% en relación al mismo periodo del ejercicio anterior. Esta disminución, mejora el comportamiento medio del mercado que, según estimaciones propias ha experimentado una disminución por encima del 3%.

En cuanto a la evolución de la publicidad por medios, durante los primeros nueve meses destaca el crecimiento en Radio (+1,9%), Diario As (+22,5%), Prensa Regional (+15,8%) y Prisa.com (+20,2%). El País registra una disminución del 4%.

- **Las ventas de libros y derechos** experimentan una caída de ingresos del 9,6%, alcanzando los 312,27 millones de euros. La crisis de Argentina se ve reflejada en estas magnitudes. Por otro lado, cabe destacar el comportamiento positivo de las campañas de ventas de libros de España, Brasil, Perú, Costa Rica y Chile junto a los buenos resultados en México.
- **Las ventas de periódicos y revistas** crecen un 7% hasta alcanzar los 169,66 millones de euros.

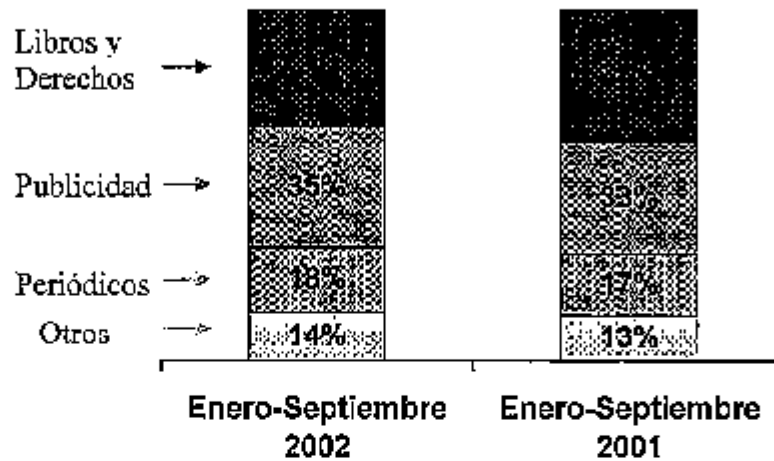
Los incrementos en precios, que se llevaron a cabo en el primer trimestre del ejercicio, explican en parte el aumento experimentado en los ingresos por ventas.

Las difusiones medias diarias de los principales periódicos han sido las siguientes:

	Enero-Septiembre 2002	Enero-Septiembre 2001	Change %
El País	431.751	435.681	(0,9)
AS	177.257	177.776	(0,3)
Cinco Días	24.911	25.499	(2,3)

- **Los otros ingresos de explotación** se incrementan en un 12,7% fundamentalmente debido a unos mayores ingresos procedentes del negocio de las televisiones locales.

Por línea de actividad, la contribución de los ingresos al total se muestra a continuación:



**El resultado de explotación antes de amortizaciones y provisiones (EBITDA)** en el período Enero-Septiembre se sitúa en 184,49 millones de euros, un 2,5% superior al registrado en el mismo período de 2001.

**El resultado de explotación (EBIT)**, alcanza los 103,13 millones de euros, frente a los 108,9 millones de euros registrados durante el mismo período del ejercicio anterior, lo que supone una disminución del 5,3%. La mejora significativa experimentada en El País, Radio, Prensa Especializada y Prisacom fruto del esfuerzo en contención de costes, no ha podido compensar:

- El efecto Argentina en los ingresos procedentes de las ventas de libros.
- La contribución negativa de los nuevos negocios entre los que se encuentran *las televisiones locales*-que continúa en plena fase de desarrollo-, *la música* -afectada singularmente por la piratería- y los *medios internacionales* que se encuentran en fase de reestructuración y expansión y,
- El peor comportamiento del negocio de impresión cuyo mercado ha experimentado en este ejercicio caídas generalizadas de precios y actividad.

**El resultado financiero** empeora fundamentalmente por diferencias de cambio negativas registradas por actualización de cuentas por cobrar y pasivos bancarios y por menores ingresos financieros.

**El resultado por puesta en equivalencia**, recoge las participaciones en Antena 3 de Radio y Sogecable. La disminución respecto al ejercicio anterior obedece fundamentalmente a:

- Las pérdidas de Sogecable que recogen en su resultado la actualización de la valoración de la inversión financiera que la sociedad tiene en Canal+ Technologies, pese a no haberse completado la venta de esta última, y
- La menor contribución de Antena 3 Radio que recogía en 2001 unos extraordinarios procedentes de la venta de la Red de Alta Frecuencia a Media Latina por importe de 4,4 millones de euros.

**La amortización del fondo de comercio** disminuye un 37,6% -en comparación con el mismo período del ejercicio anterior-reflejando el cambio en el período de amortización de algunos de los fondos de comercio llevada a cabo en diciembre de 2001.

**El resultado extraordinario** asciende a 10,62 millones de euros. Como ingreso se incluye principalmente el derivado del ajuste de precio de la inversión realizada por Prisa en 1999, en Radio Caracol y GLR y el derivado de la entrada de nuevos accionistas en el negocio de las televisiones locales. Como gasto, se recogen fundamentalmente provisiones por inversiones financieras.

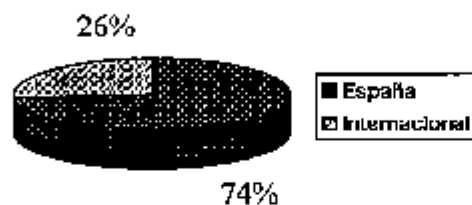
De acuerdo con lo establecido por las nuevas normas contables del ICAC, se han registrado los ingresos por deducciones fiscales pendientes, correspondientes al 25% de las inversiones realizadas en el 2001 en Moderna de Brasil y Radiópolis de México, lo que explica el ingreso de 15,14 millones de euros por impuesto de sociedades.

**El beneficio neto alcanza los 85,07 millones de euros** frente a los 64,19 millones de euros registrados el ejercicio anterior, lo que supone un incremento del 32,5%.

## DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE INGRESOS

La distribución geográfica de los ingresos durante los nueve primeros meses del ejercicio 2002 ha sido la siguiente:

Enero-Septiembre 2002



Enero-Septiembre 2001



En el período Enero-septiembre 2002, el 74% de los ingresos procedieron del mercado nacional, y el 26% del internacional frente al 72 y 28 del ejercicio anterior.

Alrededor del 77% de los ingresos del Grupo generados fuera de España proceden del negocio editorial de Santillana, un 9% proceden de la unidad de Impresión y el resto corresponde a las actividades de Radiópolis en México, GLR (Chile, Panamá, Costa Rica, Miami), Caracol en Colombia y Garafulic en Bolivia. La incorporación de Caracol y Radiópolis ha compensado en parte la menor facturación del negocio editorial.

## INVERSIONES

El total de inversiones fue de 93,4 millones de euros. El desglose de las mismas por Unidad de Negocio, durante los nueve primeros meses del ejercicio 2002, ha sido el siguiente:

INVERSIONES ENERO-SEPTIEMBRE 2002	Mm €
Prisa y otros	42,31
Editorial	23,38
Impresión	6,60
Ocio y Entretenimiento	5,58
TV locales	4,90
El País	4,22
Radio	3,80
Prisacom	2,61
<b>Total</b>	<b>93,40</b>

La Deuda neta a septiembre de 2002 asciende a 488,5 millones de euros frente a 371 millones de euros a 31 de diciembre de 2001.



## **COMPORTAMIENTO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO**

Los aspectos a resaltar de la evolución de las unidades de negocio durante los nueve primeros meses del ejercicio se muestra a continuación:

- **El País obtiene un margen de EBIT del 21,7%** lo que supone una mejora del 29% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Los ingresos publicitarios cayeron un 4,2%.
- Los ingresos de la **Radio** crecen un 1,9% y el resultado de explotación mejora un 12,1%.
- **Prensa Especializada y Regional mejoran su margen** debido a los mayores ingresos publicitarios y al esfuerzo en la contención de gastos. A resaltar el buen comportamiento de Diario As que obtuvo un resultado de explotación positivo de 3,9 millones de euros.
- **Medios Internacional** incluye por primera vez las cifras procedentes de Radiópolis y Caracol, consolidados por integración proporcional y global respectivamente. Los ingresos alcanzaron la magnitud de 35 millones de euros.
- **Santillana**, se ha visto afectada por la crisis argentina, a pesar del buen comportamiento de las campañas en España y en la mayoría de países en Latinoamérica.

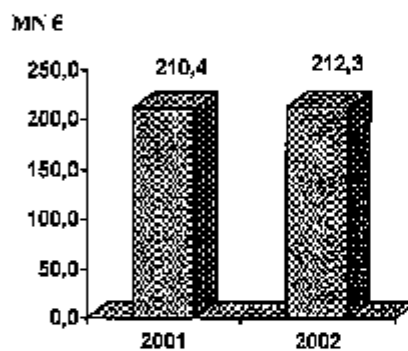
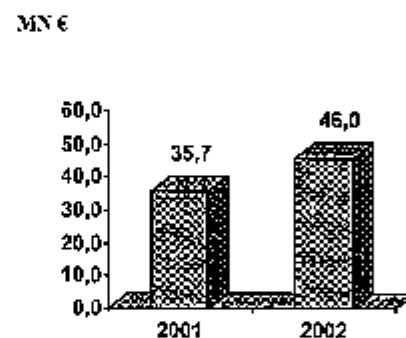
<b>INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</b>			
Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
El País	212,30	210,42	0,9
Prensa Espec y Regional	76,63	72,24	6,1
Radio	132,14	129,71	1,9
TV locales	10,02	2,87	-
Medios Internacional	35,37	13,84	-
Educación y Formación	316,99	350,79	(9,6)
Prisacom	10,71	6,07	76,4
Ocio y Entretenimiento	32,72	24,18	35,3
Impresión	72,78	72,69	0,1
GDM	56,74	56,52	0,4
Distribución	125,50	115,17	9,0
Otros	13,60	13,35	1,9
Ajustes de consolidación	(153,45)	(137,80)	11,4
<b>TOTAL</b>	<b>942,05</b>	<b>930,05</b>	<b>1,3</b>

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>			
Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
El País	46,00	35,66	29,0
<b>Margen EBIT</b>	<b>21,7%</b>	<b>17,0%</b>	
Prensa Espec. y Regional	(3,58)	(8,07)	55,6
<b>Margen EBIT</b>	<b>(4,7%)</b>	<b>(11,2%)</b>	
Radio	21,99	19,61	12,1
<b>Margen EBIT</b>	<b>16,6%</b>	<b>15,1%</b>	
TV local	(10,67)	(9,34)	(14,2)
<b>Margen EBIT</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Medios Internacional	(4,39)	(3,55)	(23,7)
<b>Margen EBIT</b>	<b>(12,4%)</b>	<b>(25,7%)</b>	
Educación y Formación	60,20	70,11	(14,1)
<b>Margen EBIT</b>	<b>19,0%</b>	<b>20,0%</b>	
Prisacom	(7,44)	(8,69)	14,4
<b>Margen EBIT</b>	<b>(69,5%)</b>	<b>-</b>	
Ocio y Entretenimiento	(5,31)	(0,42)	-
<b>Margen EBIT</b>	<b>(16,2%)</b>	<b>(1,7%)</b>	
Impresión	7,61	11,45	(33,5)
<b>Margen EBIT</b>	<b>10,5%</b>	<b>15,8%</b>	
GDM	3,06	3,90	(21,5)
<b>Margen EBIT</b>	<b>5,4%</b>	<b>6,9%</b>	
Distribución	0,18	0,01	-
<b>Margen EBIT</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,0%</b>	
Otros	(4,52)	(1,77)	-
<b>TOTAL</b>	<b>103,13</b>	<b>108,90</b>	<b>(5,3)</b>



**EL PAÍS**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>212,30</b>	<b>210,42</b>	<b>0,9</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>166,30</b>	<b>174,76</b>	<b>(4,8)</b>
<b>EBIT</b>	<b>46,00</b>	<b>35,66</b>	<b>29,0</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>21,7%</b>	<b>17,0%</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>54,12</b>	<b>42,89</b>	<b>26,2</b>

**Ingresos de explotación****Resultado de explotación (EBIT)**

**Los ingresos publicitarios**, que representan un 54% del total de los ingresos de explotación, experimentan una caída del 4,2% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, manteniendo la misma tendencia experimentada durante los seis primeros meses del año.

**Los ingresos por circulación**, que representan un 44% del total, experimentan un crecimiento del 7,4%, debido a incrementos en el precio de los ejemplares (de 0,90 € a 1€ desde el 4 de marzo de 2002).

Las difusiones tanto del **periódico** como del suplemento **El País Semanal (EPS)** durante los nueve primeros meses del ejercicio se muestran a continuación:

	Enero-Septiembre 2002	Enero-Septiembre 2001	Variación %
<b>Diario El País</b>	<b>431.751</b>	<b>435.681</b>	<b>(0,9)</b>
<b>El País Semanal</b>	<b>721.830</b>	<b>709.419</b>	<b>1,8</b>

Destaca la disminución del 4,8% en el total de **los gastos de explotación**.

**El consumo del papel**, que supone un 20% del total de los gastos de explotación, ha experimentado una reducción del 14% respecto al mismo periodo del año anterior, debido al menor precio y a ahorros en paginación.

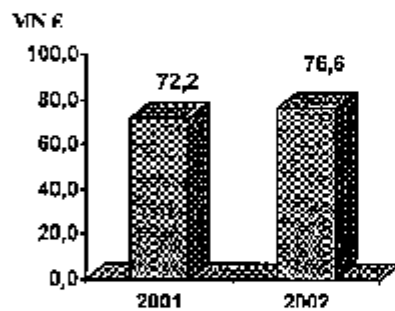
**La política de contención y ahorro de costes**, que empezó a implementarse en 2001 ha permitido que, pese a la caída del mercado publicitario, se haya producido una sustancial mejora del 29% a nivel operativo. El margen de EBIT sobre ventas se sitúa en el 21,7%, mejorando notablemente con relación al 17% del mismo periodo del año anterior.



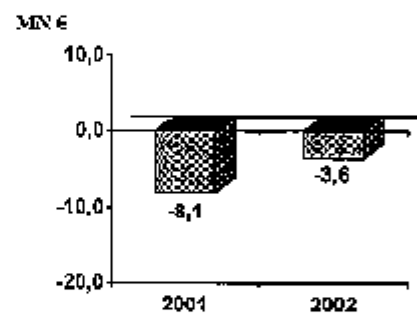
**PRENSA ESPECIALIZADA Y REGIONAL**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>76,63</b>	<b>72,24</b>	<b>6,1</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>80,21</b>	<b>80,31</b>	<b>(0,1)</b>
<b>EBIT</b>	<b>(3,58)</b>	<b>(8,07)</b>	<b>55,6</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>(4,7%)</b>	<b>(11,2%)</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>(1,38)</b>	<b>(5,72)</b>	<b>75,9</b>

Ingresos de explotación



Resultado de explotación (EBIT)



La sustancial disminución en las pérdidas de explotación obedece tanto al incremento de los ingresos como al esfuerzo en la contención de gastos, que se manifiesta principalmente en la mejora experimentada en el Diario AS y en la prensa regional.

**Diario As** mejora notoriamente sus resultados destacando:

- Un incremento en los ingresos de publicidad del 22,5%.
- una difusión media diaria de 177.257 ejemplares, que se mantiene estable en relación a la alcanzada en los nueve primeros meses del ejercicio 2001, a pesar del incremento en el precio de venta de los ejemplares de 0,75 a 0,8 euros desde el 1 de marzo de 2002.
- Un incremento muy significativo del EBIT, que asciende a 3,9 millones de euros frente a pérdidas operativas de 0,2 millones de euros durante los nueve primeros meses del ejercicio anterior.

La difusión media diaria alcanzada por **Cinco Días** ha sido de 24.911 ejemplares, frente a los 25.499 ejemplares alcanzados el mismo período del ejercicio anterior, lo que

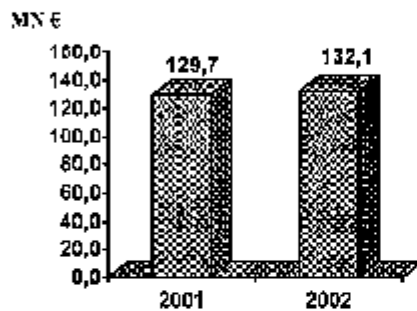
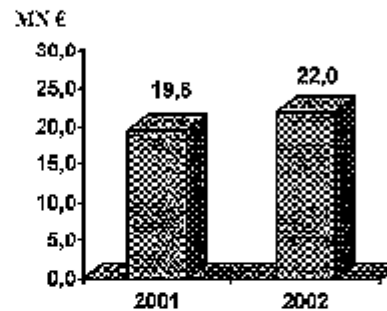
supone una caída del 2,3%. Cinco Días, sigue una evolución similar a la registrada en los medios de información económica.

**La Prensa Regional** reduce sus pérdidas arrojando un resultado de explotación negativo de 4,27 millones de euros frente a los 5,53 millones de euros negativos del mismo período del ejercicio anterior. Esta mejora obedece a los mayores ingresos publicitarios, que se han incrementado en un 15,7%, y a las medidas adoptadas para la contención de gastos.

El 22 de septiembre se empezó a comercializar el suplemento de fin de semana DOMINICAL, fruto del acuerdo firmado entre el Grupo Prisa y el Grupo Zeta, materializado en la creación de una sociedad participada al 50% por ambos grupos. La nueva publicación, tiene una difusión estimada de 500.000 ejemplares y una audiencia potencial de más de un millón de lectores.

**RADIO**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>132,14</b>	<b>129,71</b>	<b>1,9</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>110,15</b>	<b>110,10</b>	<b>0,0</b>
<b>EBIT</b>	<b>21,99</b>	<b>19,61</b>	<b>12,1</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>16,6%</b>	<b>15,1%</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>25,47</b>	<b>23,33</b>	<b>9,2</b>

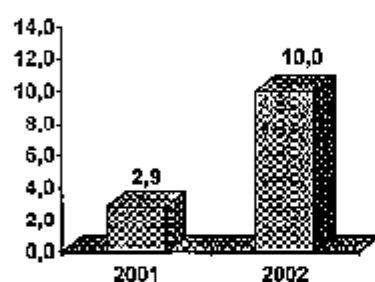
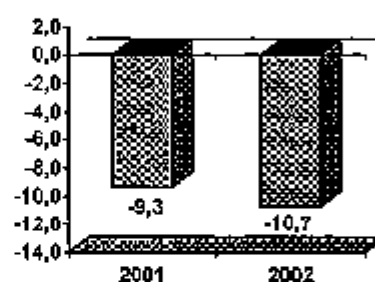
**Ingresos de explotación****Resultado de explotación (EBIT)**

Durante los nueve primeros meses del año, **los ingresos de explotación** de la radio en España se han incrementado en un 1,9%.

El incremento en los ingresos publicitarios junto con el esfuerzo en la contención de costes ha quedado traducido en **una mejora operativa** del 12,1% y en una mejora en el margen de EBIT sobre ventas, que pasa de un 15,1% a un 16,6%.

**TV LOCALES**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>10,02</b>	<b>2,87</b>	-
<b>Total gastos explotación</b>	<b>20,69</b>	<b>12,21</b>	<b>69,5</b>
<b>EBIT</b>	<b>(10,67)</b>	<b>(9,34)</b>	<b>(14,2)</b>
<b>%/Ventas</b>	-	-	-
<b>EBITDA</b>	<b>(8,73)</b>	<b>(8,69)</b>	<b>(0,5)</b>

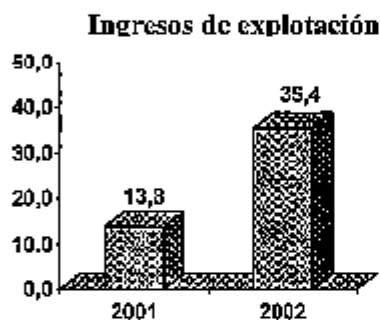
**Ingresos de explotación****Resultado de explotación (EBIT)**

El negocio de las **televisiones locales**, que inició su actividad en el ejercicio 2000, se encuentra todavía en fase de expansión. En consecuencia, las principales variaciones con respecto al ejercicio anterior se explican por las incorporaciones de nuevas sociedades al perímetro de consolidación.

La entrada de nuevos accionistas –que han tomado una participación del 14%– en el capital de Pretesa, la sociedad holding que agrupa a las distintas televisiones locales del Grupo Prisa, a raíz del acuerdo firmado con Fingalicia, S.A y Agrupación Radiofónica, S.A., supondrá un nuevo impulso para el desarrollo de LOCALIA TV.

**MEDIOS INTERNACIONAL**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>35,37</b>	<b>13,84</b>	-
<b>Total gastos explotación</b>	<b>39,76</b>	<b>17,39</b>	-
<b>EBIT</b>	<b>(4,39)</b>	<b>(3,55)</b>	<b>(23,7)</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>(12,4%)</b>	<b>(25,7%)</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>(0,64)</b>	<b>(1,38)</b>	<b>53,6</b>



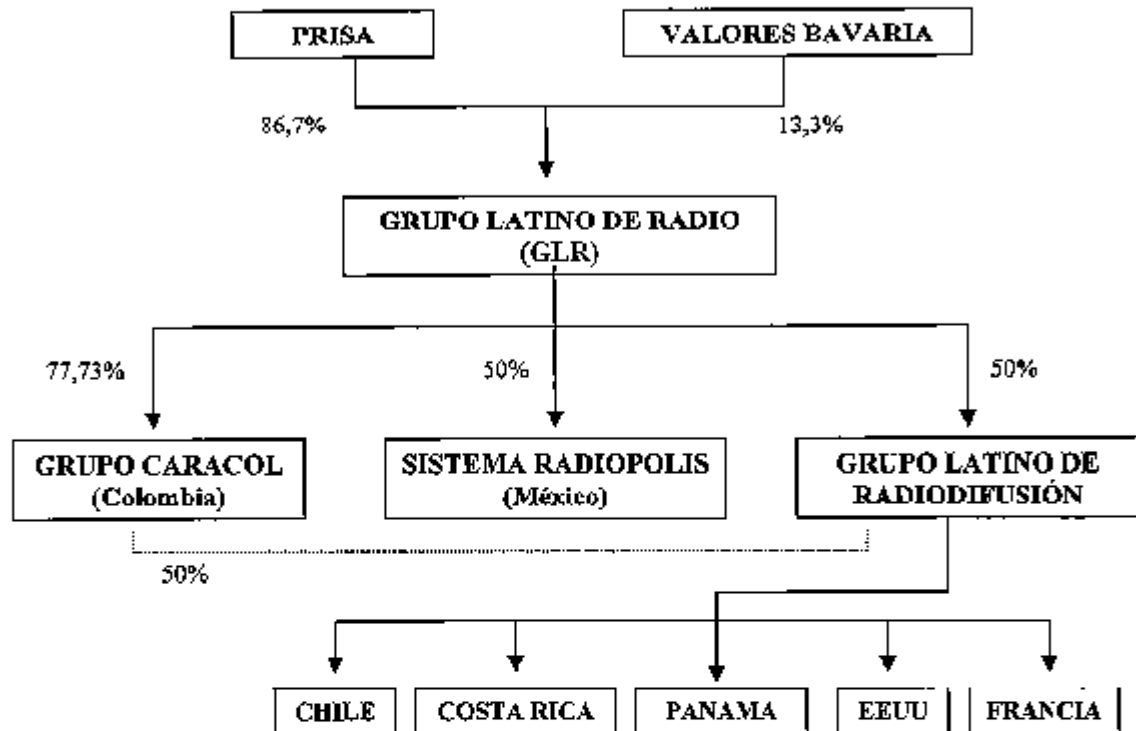
Esta unidad, comprende los negocios de Grupo Latino de Radiodifusión en Chile, Costa Rica, EEUU, Francia y Panamá, Grupo Caracol en Colombia y Radiópolis en México y Garafulic en Bolivia.

El crecimiento en los ingresos y en los gastos obedece fundamentalmente a la contribución, por primera vez, de Radiópolis y Caracol que han comenzado a consolidarse por integración proporcional y global respectivamente en el ejercicio 2002.

En ejecución de los acuerdos alcanzados entre Grupo Prisa y el grupo empresarial y de medios de comunicación colombiano Valores Bavaria, para la constitución de una cadena de radio panamericana, ambos grupos han procedido a aportar a la sociedad holding de nueva creación, GRUPO LATINO DE RADIO, S.L sus respectivas acciones en la cadena de radiodifusión colombiana Grupo Caracol.

Asimismo, Prisa ha aportado a GRUPO LATINO DE RADIO, S.L su participación del 50% en el capital social de la subholding GLR, que agrupa sus participaciones en radios de Chile, Costa Rica, Panamá, EEUU y Francia, y su cuota del 50% en el capital social de Radiópolis.

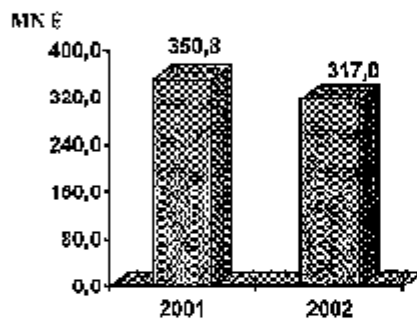
Tras las referidas aportaciones, GRUPO LATINO DE RADIO, S.L queda participada al 86,7% por Prisa y al 13,3% por Valores Bavaria, S.A.



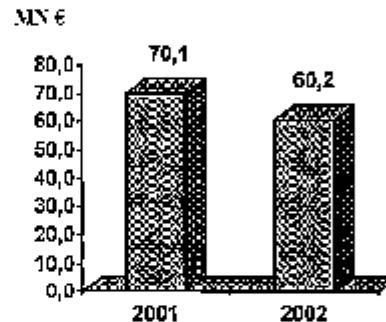
## EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>316,99</b>	<b>350,79</b>	<b>(9,6)</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>256,79</b>	<b>280,68</b>	<b>(8,5)</b>
<b>EBIT</b>	<b>60,20</b>	<b>70,11</b>	<b>(14,1)</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>19,0%</b>	<b>20,0%</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>105,61</b>	<b>113,38</b>	<b>(6,9)</b>

**Ingresos de explotación**



**Resultado de explotación (EBIT)**



Las campañas de ventas de libros de texto de Santillana coinciden, como es lógico, con el comienzo del curso escolar. En el primer trimestre del año se desarrollan las de los países de Centro y Sudamérica, y en el tercer trimestre se llevan a cabo las de España, Portugal, México y Venezuela.

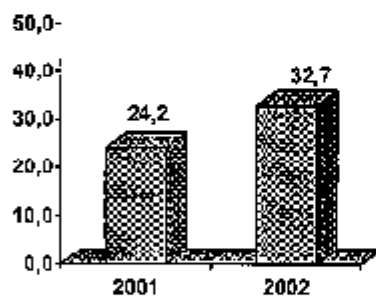
Al analizar los resultados de los primeros nueve meses del ejercicio es importante considerar que las campañas de educación se encuentran prácticamente finalizadas. En este contexto destacan

- En **España**, buen comportamiento.
- La **campaña de México** se ha comportado de forma excelente incrementando incluso su volumen de ventas en moneda local.
- En resto de **Latinoamérica**:
  - Santillana Argentina se ha visto afectada por la profunda crisis económica que sufre dicho país y su efecto ya quedó recogido en las cuentas del primer trimestre.

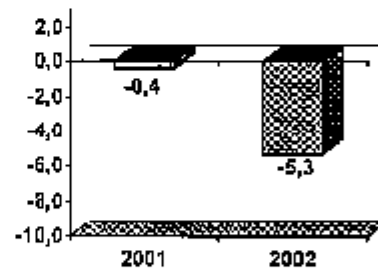
## OCIO Y ENTRETENIMIENTO

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>32,72</b>	<b>24,18</b>	<b>35,3</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>38,03</b>	<b>24,60</b>	<b>54,6</b>
<b>EBIT</b>	<b>(5,31)</b>	<b>(0,42)</b>	<b>-</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>(16,2%)</b>	<b>(1,7%)</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>(2,72)</b>	<b>(0,05)</b>	<b>-</b>

Ingresos de explotación



Resultado de explotación (EBIT)



El incremento producido en ingresos y gastos se explica entre otras razones por la incorporación de la **productora audiovisual Tesela** al perímetro de consolidación, así como por haber realizado una importante operación especial de venta y distribución de discos en el primer semestre del ejercicio.

La atonía del mercado de música junto con la aparición de factores excepcionales y la extensión del fenómeno de la piratería están afectando considerablemente a las ventas de esta unidad, que en consecuencia está siendo sometida a una profunda reestructuración para mejor adaptarse a las nuevas condiciones.



**PRISACOM**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>10,71</b>	<b>6,07</b>	<b>76,4</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>18,15</b>	<b>14,76</b>	<b>23,0</b>
<b>EBIT</b>	<b>(7,44)</b>	<b>(8,69)</b>	<b>14,4</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>(69,5%)</b>	-	
<b>EBITDA</b>	<b>(5,61)</b>	<b>(7,86)</b>	<b>28,6</b>



**Los ingresos** han experimentado un crecimiento del 76,4% hasta alcanzar los 10,71 millones de euros. Las principales líneas de actividad se concentran en la venta de publicidad y en la venta de contenidos a servicios de movilidad.

La reestructuración del negocio iniciada el ejercicio anterior con la venta del ISP y portal Inicia, ligado a un esfuerzo en la contención de costes, ha determinado una mejora de los ingresos de explotación y una reducción notoria de las pérdidas que suponen un resultado de explotación negativo de 7,4 millones de euros frente a los 8,7 millones de euros negativos registrados durante el mismo período del ejercicio anterior.

Se confirma así, la estrategia de convertir PRISACOM en el proveedor de contenidos digitalizados del Grupo y para terceros, sin participar en el negocio de acceso.

**VENTAS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS (GDM)**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>56,74</b>	<b>56,52</b>	<b>0,4</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>53,68</b>	<b>52,62</b>	<b>2,0</b>
<b>EBIT</b>	<b>3,06</b>	<b>3,90</b>	<b>(21,5)</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>5,4%</b>	<b>6,9%</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>3,35</b>	<b>4,22</b>	<b>(20,6)</b>

Dada la naturaleza del negocio de GDM, para poder analizar la evolución es necesario calcular los ingresos netos de explotación: Estos, se han visto afectados aunque no de manera significativa por la crisis del mercado publicitario.

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
Ventas de publicidad	56,74	56,52	0,4
Compras, consumos y aprov.	42,89	42,08	1,9
<b>Ingresos netos explotación</b>	<b>13,85</b>	<b>14,44</b>	<b>(4,1)</b>

Del total de publicidad gestionada por GDM, aproximadamente el 37% corresponde a medios ajenos al grupo.

**IMPRESIÓN**

Millones de euros	ACUMULADO SEPTIEMBRE		
	2002	2001	Var %
<b>Total Ingresos explotación</b>	72,78	72,69	0,1
<b>Total gastos explotación</b>	65,17	61,24	6,4
<b>EBIT</b>	7,61	11,45	(33,5)
<b>%/Ventas</b>	10,5%	15,8%	
<b>EBITDA</b>	15,32	17,60	(13,0)

El mercado de impresión ha afrontado en el año 2002 un entorno complejo con caídas generalizadas de precios y actividad. Ello, unido a un incremento en los gastos de amortización derivado de la adquisición de una nueva planta de impresión, ha producido un empeoramiento del EBIT durante los nueve primeros meses del año.

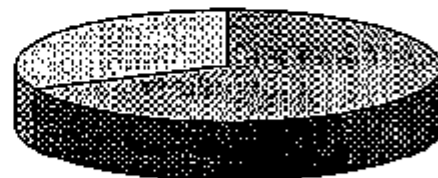
Dentro de los ingresos de explotación, los porcentajes correspondientes a nacional/exportación y grupo/terceros han sido los siguientes:

**Cientes del Grupo: 38%**



**Cientes Terceros: 62%**

**Exportación: 32%**



**Nacional: 68%**

## BALANCE DE SITUACIÓN A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2002

ACTIVO	Millones de euros	
	30/09/2002	30/09/2001
<b>INMOVILIZADO</b>	<b>655,99</b>	<b>588,36</b>
Gastos de establecimiento	17,84	8,66
Inmovilizaciones inmateriales	117,90	101,01
Inmovilizaciones materiales	338,55	204,41
Inmovilizaciones financieras	156,98	163,82
Acciones de la Sociedad dominante a L/P	24,72	10,46
<b>FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACIÓN</b>	<b>270,69</b>	<b>210,48</b>
<b>GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS</b>	<b>4,54</b>	<b>6,37</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>683,49</b>	<b>681,41</b>
Existencias	89,62	104,59
Deudores	491,24	459,47
Inversiones financieras temporales	52,09	80,16
Tesorería	33,95	25,66
Ajustes por periodificación	14,72	11,11
Desembolsos no exigidos	1,87	0,42
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.614,71</b>	<b>1.486,62</b>

PASIVO	Millones de euros	
	30/09/2002	30/09/2001
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>626,07</b>	<b>580,88</b>
Capital Suscrito	21,88	21,88
Reservas	519,12	494,80
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	85,07	64,20
<b>SOCIOS EXTERNOS</b>	<b>34,73</b>	<b>25,03</b>
<b>INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS</b>	<b>9,56</b>	<b>1,74</b>
<b>PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS</b>	<b>25,23</b>	<b>23,23</b>
<b>ACREEDORES A LARGO PLAZO</b>	<b>416,07</b>	<b>323,90</b>
Deudas con entidades de crédito	398,52	286,26
Otras deudas a Largo	17,55	37,64
<b>ACREEDORES A CORTO PLAZO</b>	<b>503,05</b>	<b>531,84</b>
Deudas con entidades de crédito	176,04	209,23
Acreedores comerciales	178,59	168,10
Otras deudas a corto	144,00	149,76
Ajustes por periodificación	4,42	4,75
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.614,71</b>	<b>1.486,62</b>