



Grupo PRISA

Resultados anuales 2002

Madrid, 21 de febrero de 2003



Resultados anuales 2002. ÍNDICE

Año 2002

Magnitudes financieras

Unidades de negocio

Estrategia Global

Perspectivas 2003



Año 2002

Desaceleración de la economía a nivel mundial

Atonía y crisis en Latinoamérica. Depreciación de las monedas

Cumplimiento del plan de ahorro de costes

Rigor en la programación de inversiones

Eficiencia en la gestión de los recursos humanos

Reordenación del negocio de la Música

Acuerdos de Sogecable con Vía Digital



Año 2002

Cuenta de resultados

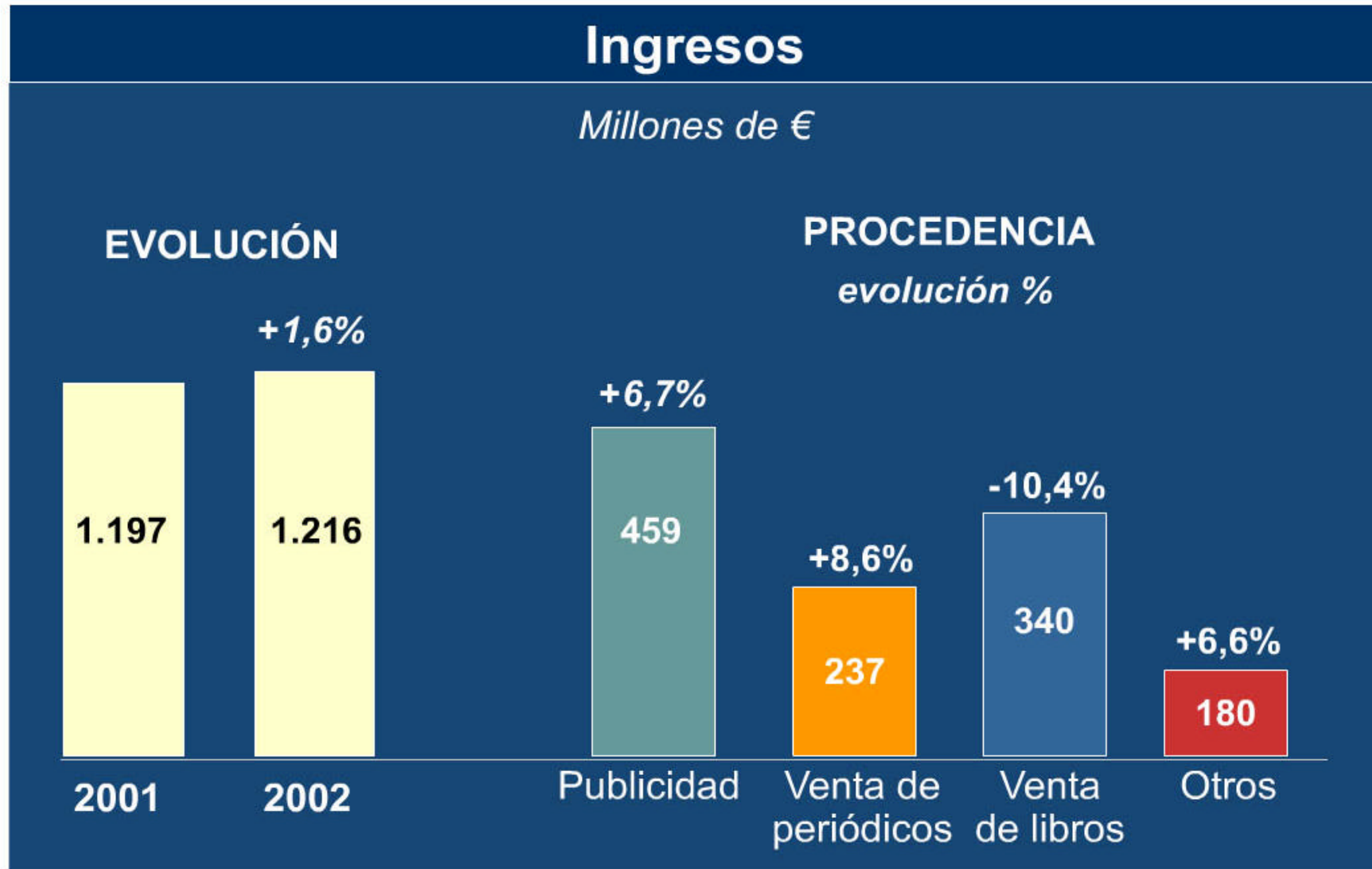
millones de €

	2002	2001	% var
Ingresos Explotación	1.216	1.197	1,6
Gastos Explotación	1.096	1.081	1,4
EBITDA	203	188	8,0
EBIT	119	116	3,0
Beneficio Neto	82	77	7,0

Margen EBITDA	16,7%	15,7%
Margen EBIT	9,8%	9,7%



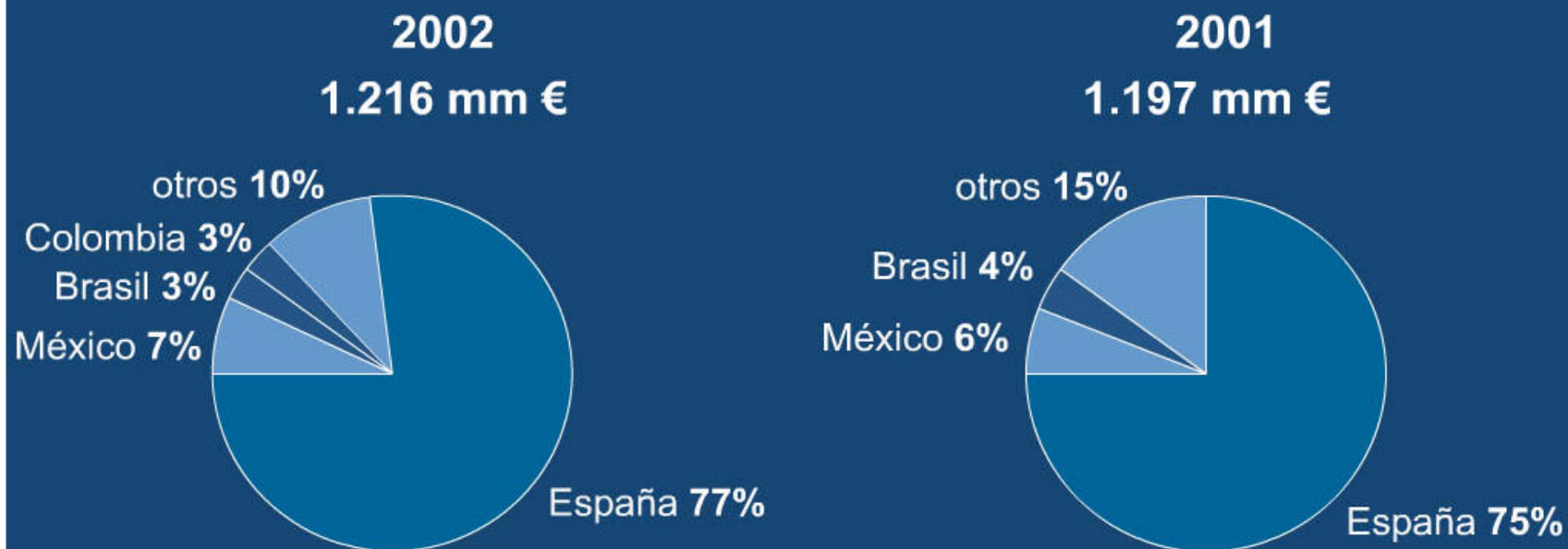
Año 2002





Año 2002

Distribución de los ingresos por área geográfica



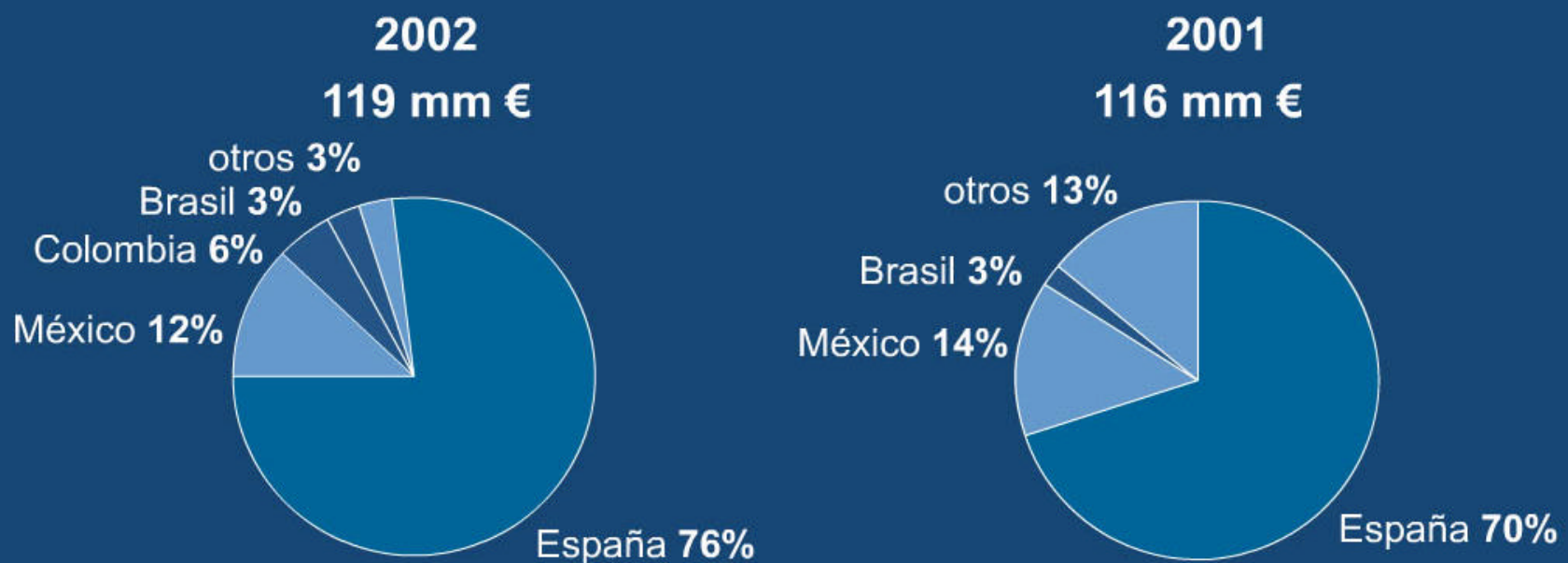
Ingresos internacionales en 2002

Santillana: 73%

Medios Internacional: 17%

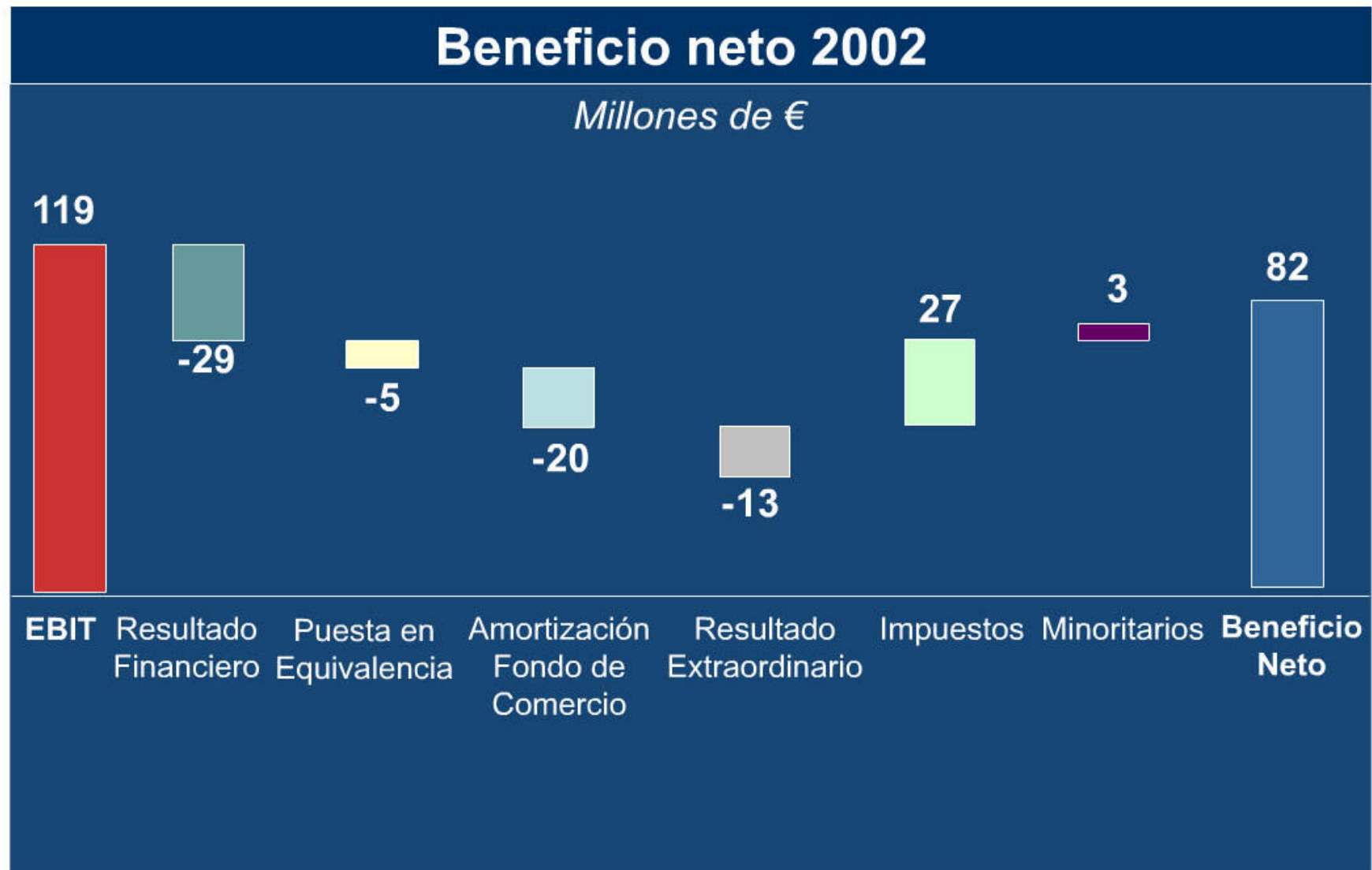
Impresión: 10%

Distribución geográfica del EBIT





Año 2002





Resultados anuales 2002. ÍNDICE

Año 2002

Magnitudes financieras

Unidades de negocio

Estrategia Global

Perspectivas 2003

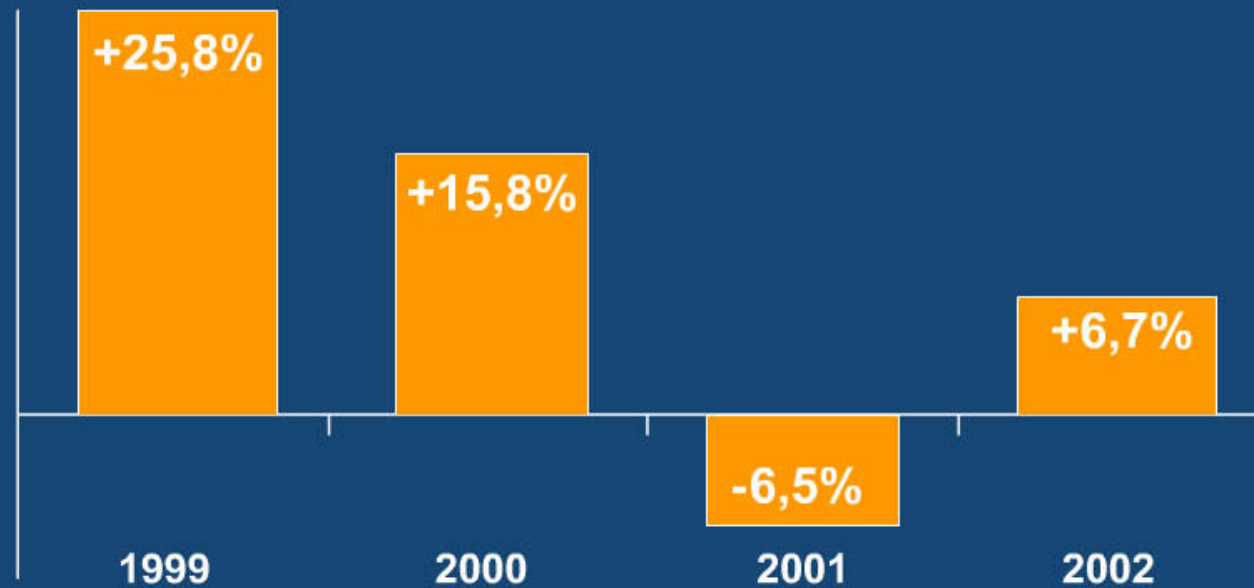




Magnitudes financieras

Publicidad

Evolución de los ingresos publicitarios (variación porcentual en términos anuales)

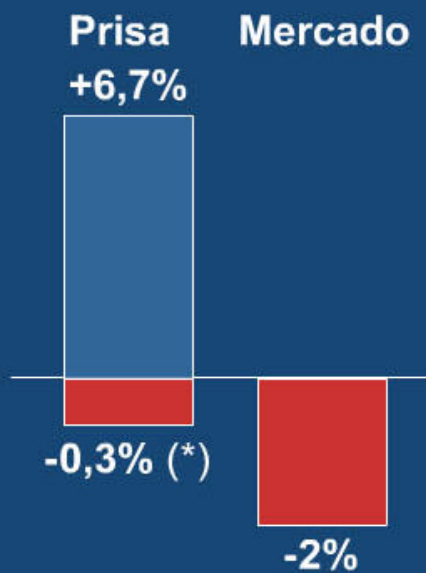


Disminución de los ingresos publicitarios del 0.3%
excluyendo las nuevas compañías consolidadas

Publicidad

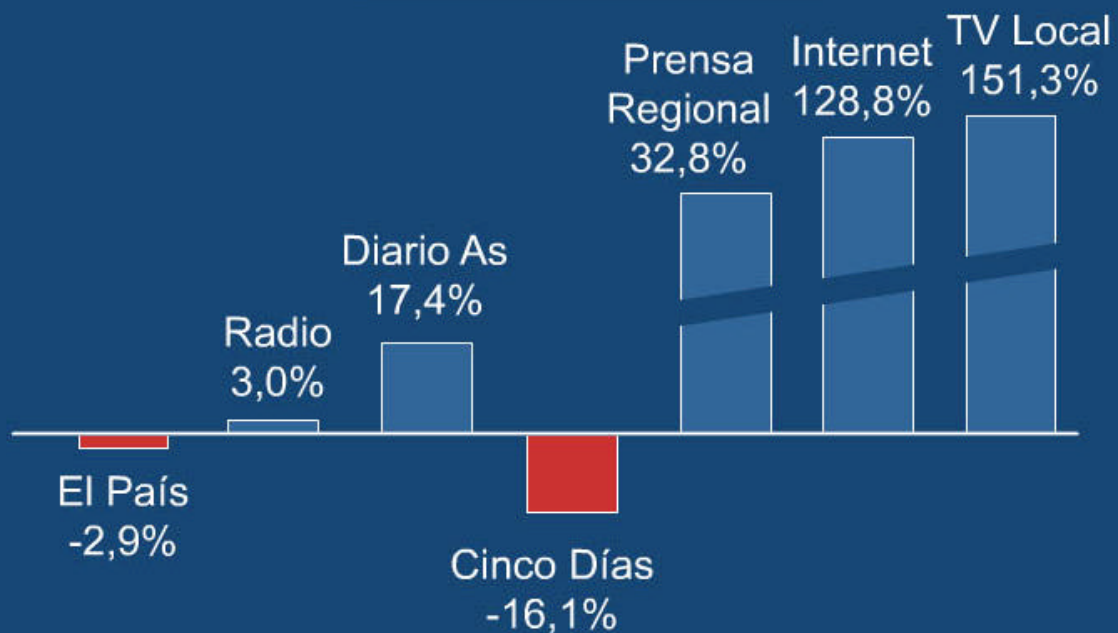
Evolución de los ingresos publicitarios (variación porcentual en términos anuales)

Prisa vs sector



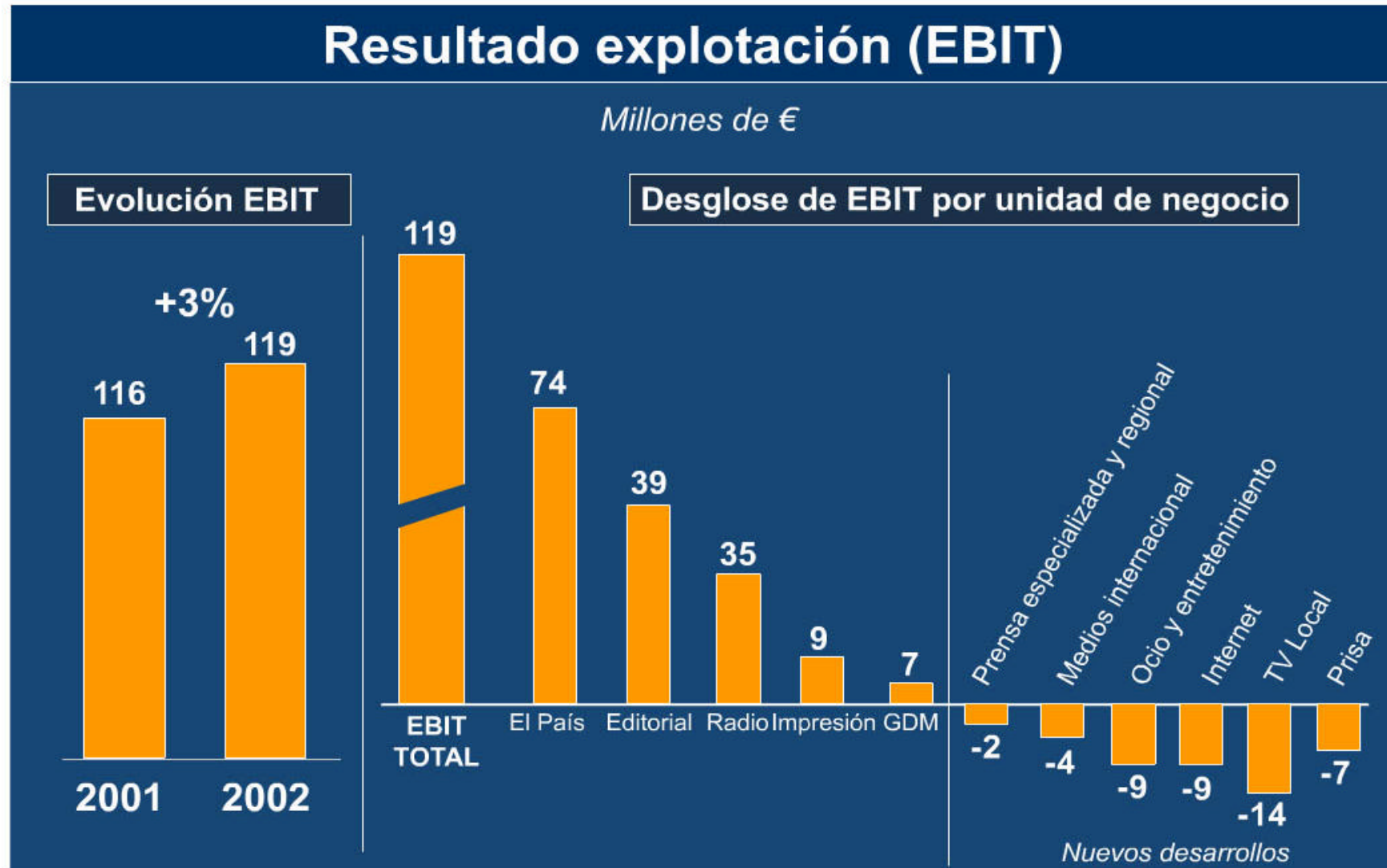
(*) Excluyendo nuevas compañías consolidadas

Unidades de negocio





Magnitudes financieras



EBIT de los nuevos desarrollos

Millones de €



Centrados en la reducción de las pérdidas operativas

Inversiones 2002

Millones de €

Inversiones Recurrentes

Editorial	34,8
Ocio y Entretenimiento	11,9
Impresión	11,1
El País	9,7
Radio	4,4
Prisacom	4,2
Edificios	14,3
Otros	11,4
Total Recurrentes	101,8

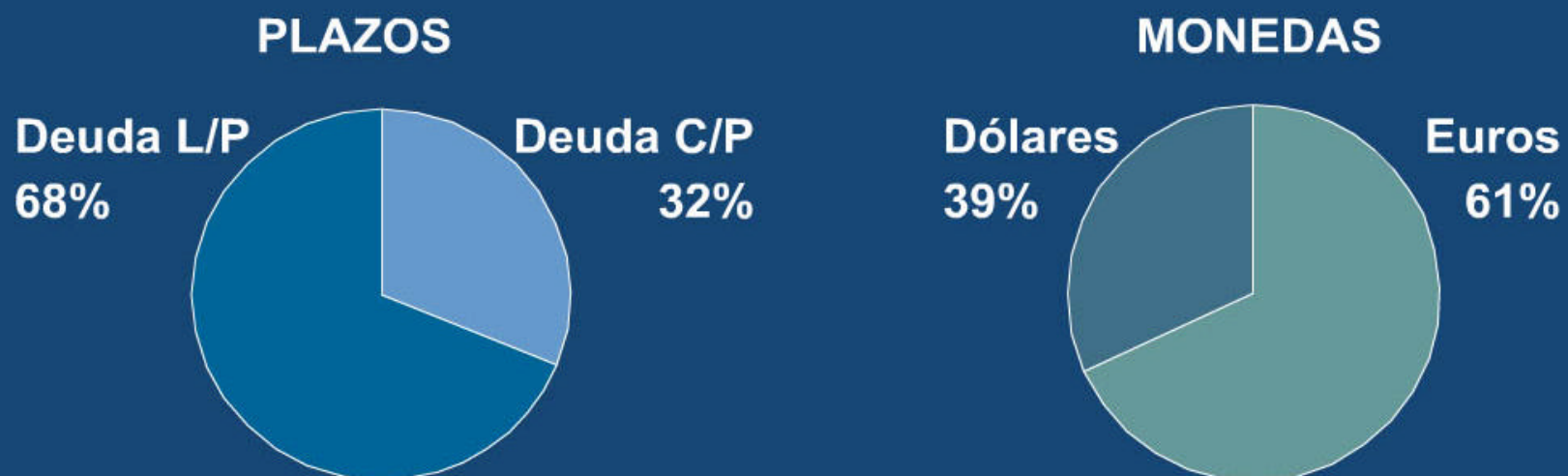
Inversiones de Expansión

Caracol	13,2
Espacio Editorial	6,4
Televisiones Locales	5,1
Tesela	2,0
Otros	3,3
Total Expansión	30,0

Total inversiones 2002 131,8

Rigor en la programación de inversiones

Estructura de la deuda 2002



RATIOS ENDEUDAMIENTO 2002

Deuda Neta/EBITDA: 2,15 veces

Deuda Neta/Fondos Propios: 70,4%

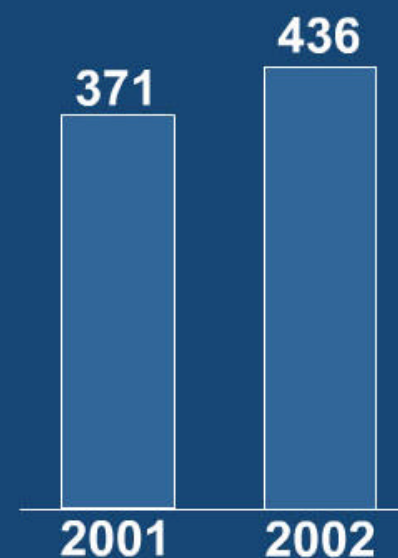
Magnitudes financieras

Flujo de caja 2002

Millones de €

EBIT:	119
AMORTIZACIÓN:	70
VARIACIÓN CIRCULANTE NO FINANCIERO:	-97
INVERSIONES:	-132
FLUJO DE CAJA LIBRE:	-40
RESULTADO FINANCIERO:	-29
RESULTADO EXTRAORDINARIO:	-13
DIVIDENDOS:	-20
IMPUESTOS:	27
OTROS:	10
VARIACIÓN DEUDA NETA:	65

DEUDA NETA





Resultados anuales 2002. ÍNDICE

Año 2002

Magnitudes financieras

Unidades de negocio

Estrategia Global

Perspectivas 2003



Unidades de negocio

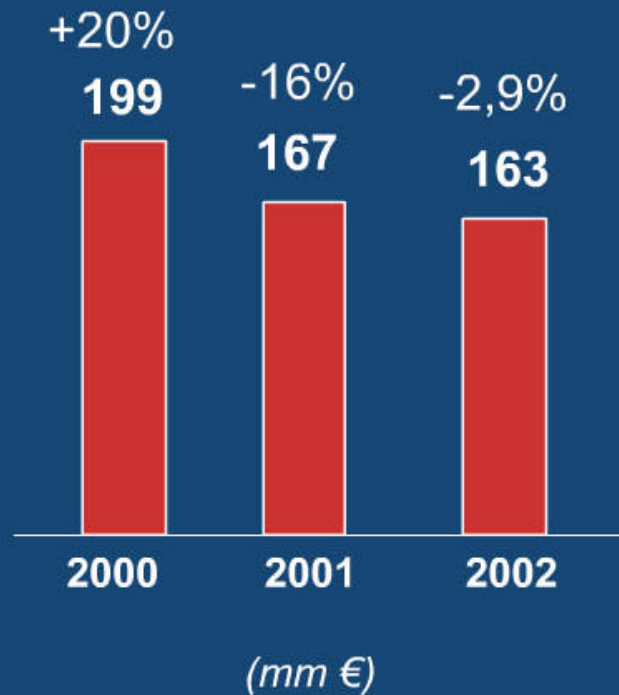
EL PAIS			
<i>Millones de €</i>	2002	2001	% var
Ingresos Explotación	298	291	2,4
Gastos Explotación	224	234	(4,2)
EBITDA	84	67	26,4
EBIT	74	57	29,3
Margen EBIT	24,7%	19,6%	



Unidades de negocio

EL PAIS

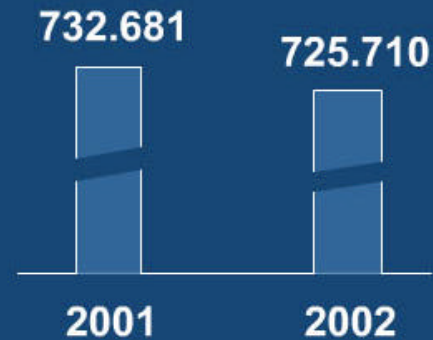
Evolución de los ingresos publicitarios



Difusión media diaria



Difusión media fin de semana (copias)





Unidades de negocio

RADIO/SER

Millones de €

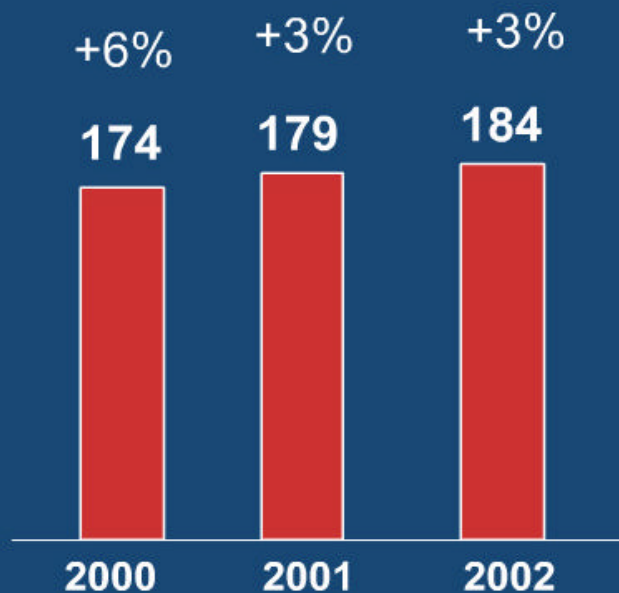
	2002	2001	% var
Ingresos Explotación	184	179	3,0
Gastos Explotación	149	146	2,4
EBITDA	40	38	6,9
EBIT	35	34	5,5
Margen EBIT	19,2%	18,7%	
Incluyendo A3 Radio			
Ingresos Explotación	196	191	2,6
EBIT	43	42	2,4
Margen EBIT	21,9%	22,0%	



Unidades de negocio

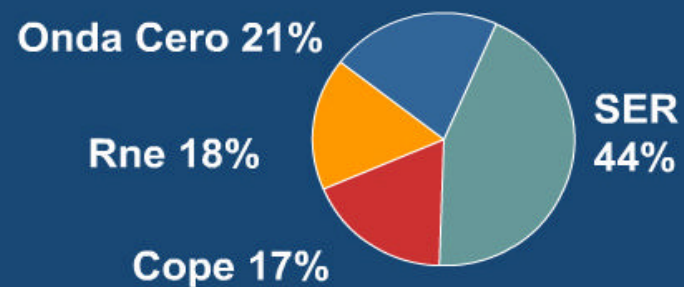
RADIO

Evolución de los ingresos publicitarios

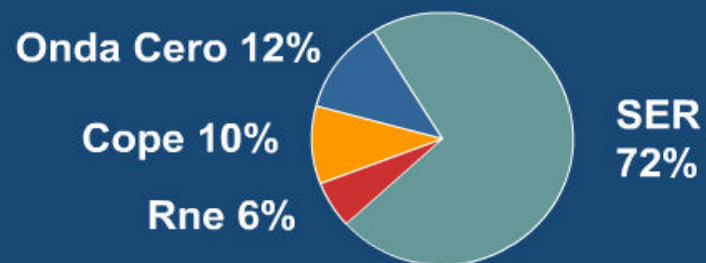


(mm €)

Audiencia 2002 en Radio Convencional



Audiencia 2002 en Radiofórmulas





Unidades de negocio

Educación y ediciones generales

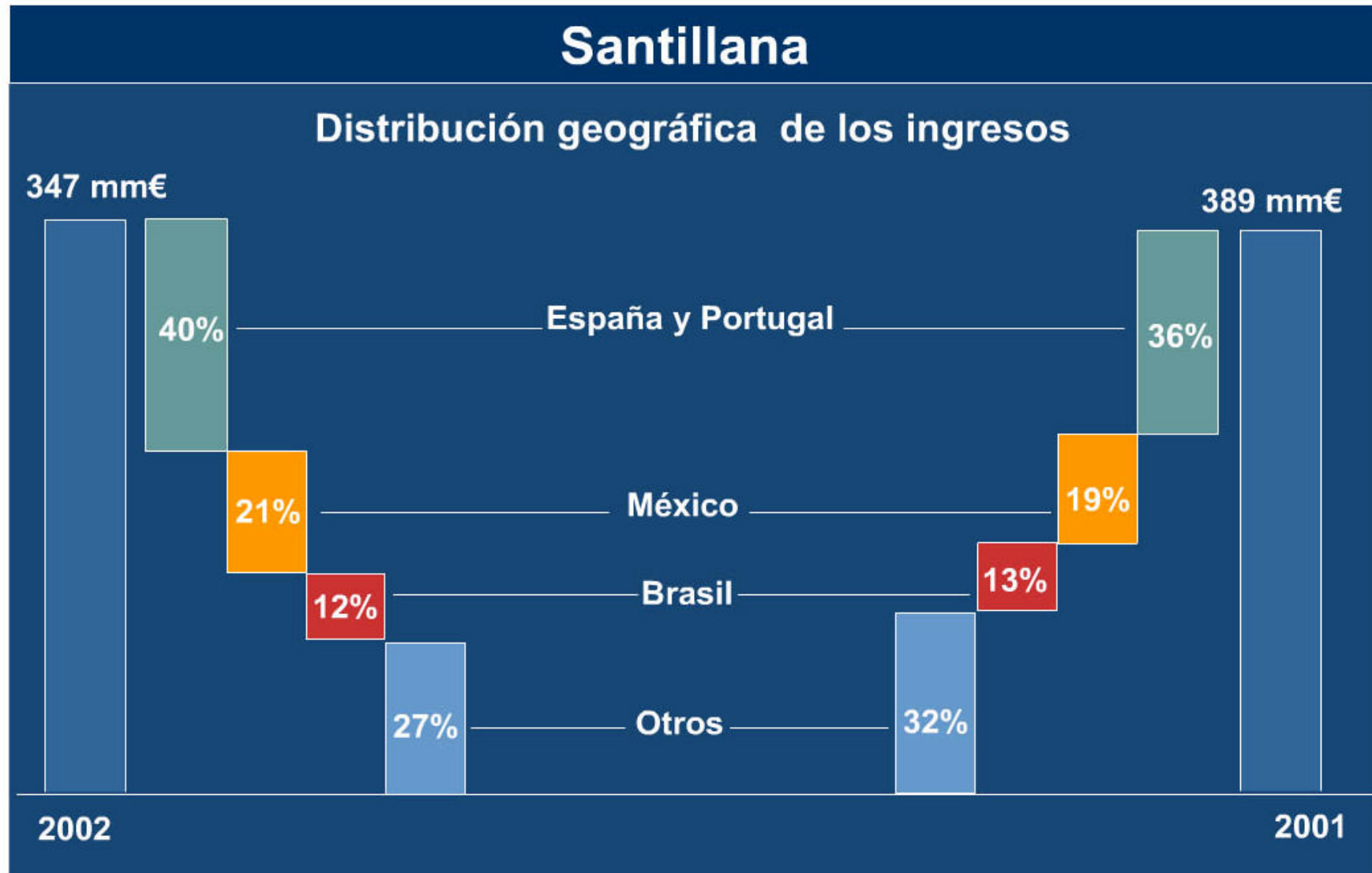
<i>Millones de €</i>	2002	2001	% var
Ingresos Explotación	347	389	(10,8)
Gastos Explotación	308	344	(10,5)
EBITDA	73	78	(7,5)
EBIT	39	45	(13,5)
Margen EBIT	11,2%	11,6	

Efecto Argentina

	2002	2001	Var. absoluta
Ingresos	6,3	33,5	(27,2)
EBIT	(1,4)	4,6	(6,0)



Unidades de negocio



Santillana

Distribución geográfica del EBIT





Unidades de negocio

Prensa especializada

Millones de €

	2002	2001	% var
Ingresos Explotación	106	102	3,8
Gastos Explotación	108	110	(1,3)
EBITDA	1	(4)	-
EBIT	(2)	(7)	72,2
Margen EBIT	(1,9%)	(7,2%)	

EBITDA POSITIVO POR PRIMERA VEZ

**ACUERDO CON GRUPO ZETA PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE EL DOMINICAL**



Unidades de negocio

Diario As			
<i>Millones de €</i>	2002	2001	% cambio
Ingresos Explotación	50	47	6,5
Gastos Explotación	45	46	(2,1)
EBIT	5	1	-
Prensa Regional			
<i>Millones de €</i>	2002	2001	% cambio
Ingresos Explotación	16	13	17,1
Gastos Explotación	20	20,4	(1,4)
EBIT	(4)	(7)	37,0

**SUSTANCIAL
MEJORA
OPERATIVA**



Unidades de negocio

PRISACOM: importante mejora de los ingresos y del EBIT. Unidad de grupo generadora de sinergias y ahorros en desarrollos digitales.

<i>millones de €</i>	2002	2001	% Var
Total Ingresos de explotación	16,54	8,59	92,6
Total gastos de explotación	25,43	20,95	21,4
EBIT	(8,89)	(12,36)	28,1
%/Ventas	(53,7)	-	
EBITDA	(6,34)	(10,81)	41,4



Unidades de negocio

MEDIOS INTERNACIONAL: constitución de Grupo Latino de Radio. Reorganización y gestión de la radio en Latinoamérica. Ingresos de 48 millones de euros.





Unidades de negocio

TV LOCALES: incorporación de nuevos socios. Ingresos de 14 millones de euros. El número total de emisoras del grupo y asociadas asciende a 73, con una cobertura del 32% de la población. Punto de equilibrio esperado en diciembre de 2004.

OCIO Y ENTRETENIMIENTO: reestructuración. Incremento de los ingresos del 18,5 % hasta alcanzar 48 millones de euros.



Resultados anuales 2002. ÍNDICE

Año 2002

Magnitudes financieras

Unidades de negocio

Estrategia

Perspectivas 2003



Estrategia

General

- Desarrollo y consolidación de las últimas adquisiciones
- Progresiva reducción del nivel de deuda
- Racionalización de las Inversiones
- Control y reducción de costes
- Desinversiones en negocios no estratégicos

España

- Mantenimiento del liderazgo en Prensa y Radio.
- Potenciación de los nuevos negocios.
- Ebit positivo en Prensa Regional y Especializada.
- Educación. Nuevos mercados.
- Acelerar la recuperación de las inversiones.
- Integración de las plataformas audiovisuales.

Internacional

- Desarrollo de la radio en los principales mercados en Latinoamérica.
- Crecimiento de Santillana en EEUU.



Resultados anuales 2002. ÍNDICE

Año 2002

Magnitudes financieras

Unidades de negocio

Estrategia

Perspectivas 2003



Perspectivas 2003

PRINCIPALES IMPULSORES DEL NEGOCIO

Publicidad

Incertidumbre del mercado publicitario en 2003.

Nuevos Negocios

Mejora de la eficiencia.
Centrados en determinados países y actividades.

Latinoamérica

Políticas de ajuste en todos los países.
Continuar selectivamente la expansión del negocio radiofónico.

Plan Control Costes

Plan de Ahorro 2003.
Uso eficiente del capital humano.
Plan tecnológico.

Sogecable

Compromiso con la inversión.



Resultados anuales 2002

GRUPO PRISA