



Grupo PRISA

Resultados ENERO – MARZO 2005

22 abril 2005



En la elaboración de los datos e informaciones de carácter financiero incluidos en la presente nota de resultados se han aplicado los principios, normas de valoración y criterios contables previstos en la nueva normativa contable para adaptar la contabilidad a la Normas Internacionales de Información Financiera (N.I.I.F.). De acuerdo con esta normativa, y con el fin de permitir la comparación de cifras, se han reexpresado los estados financieros de 2004 aplicando la nueva regulación.

Para más información sobre el impacto de la aplicación de la nueva normativa, consultar el hecho relevante sobre adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera remitido a la CNMV con fecha 22 de abril de 2005 (www.cnmv.com).

PRISA AUMENTA SU BENEFICIO NETO EN UN 74% EN EL PRIMER TRIMESTRE

Los ingresos de publicidad subieron un 12,5% y el resultado de explotación (EBIT) fue de 46,3 millones de euros, un 40,8% superior al del mismo periodo del año anterior.

Los hechos más destacables de enero a marzo de 2005 han sido:

- **Crecimiento de los ingresos publicitarios** (+12,5%) pese a la peor base de comparación de ingresos ya que el año pasado la Semana Santa fue en abril. Destaca el comportamiento de la Radio (+14,6%) y El País (+8,9%). Los negocios de Televisión Local y Medios Internacional incrementaron sus ingresos publicitarios en un 56,1% y en un 12,6% respectivamente.
- **Las promociones** llevadas a cabo por los periódicos siguieron manteniendo la fortaleza registrada en el ejercicio anterior.
- **Buenos resultados de las ventas de libros de texto de Santillana (+19,4%)**. Destaca el comportamiento en Brasil, que registró un aumento de 45% en las ventas y del 64% en el resultado operativo (EBIT).
- **AS incrementó su difusión media diaria un 3,5%**, y gana cuota de mercado.
- **Mejora un 19% el resultado operativo de los negocios en desarrollo**
- **El margen de EBIT sobre ingresos del Grupo fue del 13,9%** frente al 10,4% del mismo período del ejercicio anterior. El margen de EBITDA se situó en 19,4% frente al 16,8% del ejercicio anterior.
- El resultado de las **sociedades puestas en equivalencia** mejoró un 76,5%.
- **Aumento de la participación en Sogecable hasta el 23,7%** de su capital social.

CUENTA DE RESULTADOS

Millones de €	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Ingresos de explotación	332,94	317,67	4,8
EBITDA	64,49	53,30	21,0
EBIT	46,33	32,91	40,8
Resultado financiero	(2,15)	(3,46)	37,8
Resultado puesta en equivalencia	(1,96)	(8,33)	76,5
Resultado antes de impuestos	42,22	21,12	99,9
Impuesto sobre beneficios	12,89	5,38	139,6
Resultado atribuido socios externos	(0,20)	0,97	-
Resultado neto	29,13	16,70	74,4
Margen EBIT	13,9%	10,4%	
Margen EBITDA	19,4%	16,8%	

Los ingresos de explotación se incrementan un 4,8% alcanzando 332,94 millones de euros, frente a los 317,67 millones obtenidos en el mismo periodo de 2004.

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

Millones de €	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Ventas de publicidad	114,47	101,72	12,5
Venta de libros y derechos	87,80	73,53	19,4
Venta de periódicos y revistas	53,12	53,75	(1,2)
Ingresos de productos promocionales	32,53 ¹	41,38	(21,4)
Venta de servicios de impresión ²	14,98	16,64	(10,0)
Venta de música y audiovisual	4,04	5,77	(30,0)
Otros ingresos	26,00	24,88	(0,4)
Total Ingresos de explotación	332,94	317,67	4,8

El **conjunto de los ingresos publicitarios del Grupo (114,47 millones de euros)**, representó el 34% del total de ingresos de explotación. Los ingresos por publicidad experimentaron un incremento **del 12,5%**, pese a que en la comparación del trimestre con el ejercicio anterior se ha visto afectada por el periodo de Semana Santa, que el año pasado fue en abril.

¹ En el ejercicio 2004 Gran Vía Musical registró unos ingresos por promociones que no se han producido este año, fruto del nuevo planteamiento del negocio.

² Representa el 40% de los ingresos de Dédalo, compañía resultante de la fusión de Prisaprint con Polestar España.

Si se descontara el efecto de esta semana, el incremento de los ingresos publicitarios habría sido superior.

El incremento de **las ventas de publicidad** se manifestó en todos los medios del Grupo, como muestra la tabla:

Millones de €	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
El País	43,80	40,24	8,9
Radio	45,31	39,53	14,6
Prensa especializada	9,29	8,48	9,4
GDM	4,18	3,96	5,5
Medios Internacional	10,32	9,16	12,6
TV local	4,75	3,04	56,1
Prisacom	0,84	0,81	4,1

Los ingresos publicitarios del Grupo a nivel nacional crecieron un 14,4% y los derivados de la publicidad local aumentaron 8,9%. La publicidad internacional del Grupo creció un 12,5%.

Las ventas de libros y derechos aumentaron un 19,4% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, alcanzando los 87,8 millones de euros.

Destaca el buen comportamiento de las ventas institucionales de libros de texto en Brasil (+44,6%) pese a ser el ejercicio 2005 un año de reposición de libros en este país. El resto de las campañas en los países de América del Sur tuvieron una buena evolución, destacando entre otros, Colombia (+45,9%) y Ecuador (+25,1%). Argentina creció 10,1% sus ventas en moneda local (+3,9% en euros).

Las ventas de periódicos y revistas descendieron un 1,2% hasta alcanzar 53,1 millones de euros. La menor circulación de El País explica la disminución en ingresos. Durante el primer trimestre del ejercicio 2004 la circulación de El País se vio favorecida por la buena acogida de su producto promocional “La Enciclopedia” y por eventos específicos como las elecciones generales que impulsaron la venta de prensa generalista. Asimismo, el periodo de Semana Santa durante el mes de marzo de este año, explicó parte del descenso en circulación del diario.

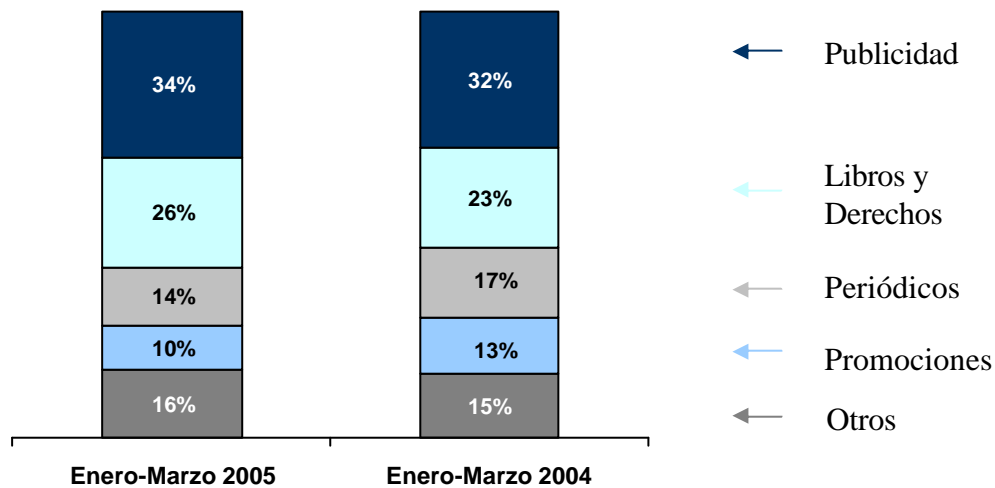
Por su parte, AS aumentó su circulación media diaria un 3,5% pese a la tendencia decreciente en circulación manifestada en el sector de la prensa deportiva.

Los ingresos por productos promocionales experimentaron una buena evolución, en línea con las expectativas del Grupo, alcanzando en los tres primeros meses del año 32,5

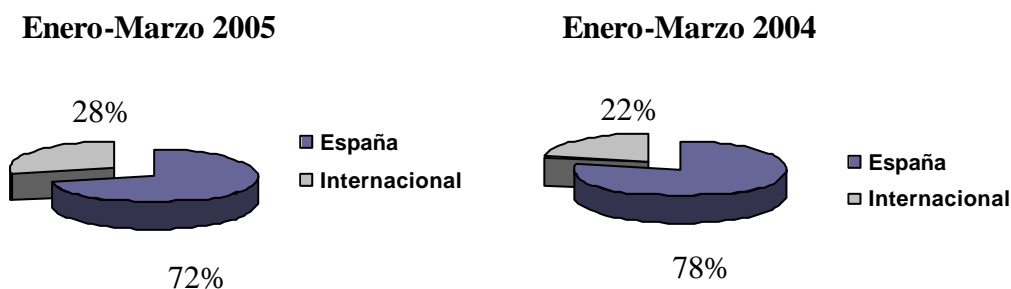
millones de euros. La contribución al resultado de explotación (EBIT) de los productos promocionales en el periodo enero-marzo del ejercicio 2005 ascendió a 10,5 millones de euros, con un margen sobre ventas de 32,3%. Dada la buena acogida experimentada por las promociones esperamos, para el conjunto del año 2005, superar las cifras de EBIT alcanzadas en el ejercicio anterior.

Destacó la evolución de las promociones en El País, que contribuyeron durante los tres primeros meses del año en 28,7 millones de euros en ingresos frente a los 28,8 millones de euros en el primer trimestre de 2004. Las promociones aportaron 10,1 millones de euros en el resultado operativo, comparado con 9,5 millones de euros en el primer trimestre del año anterior.

La contribución de las líneas de actividad a los ingresos totales se muestra a continuación:



La **procedencia geográfica de los ingresos** durante los tres primeros meses de los ejercicios 2005 y 2004 ha sido la siguiente:



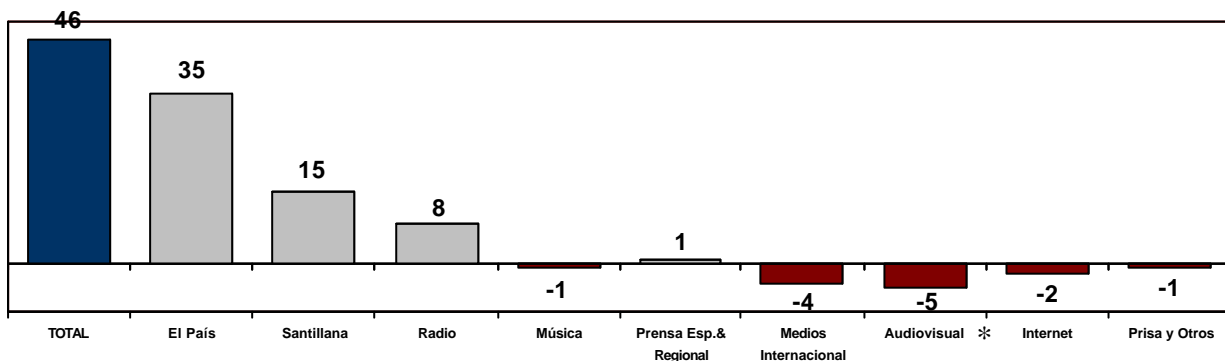
De los ingresos del Grupo generados fuera de España, el 82% procedieron del negocio editorial de Santillana, un 13% corresponde a las actividades de la unidad de negocio de Medios Internacional y un 5% procedieron de Dédalo, la unidad de impresión.

El resultado de explotación (EBIT), ha ascendido a 46,3 millones de euros, frente a los 32,9 millones de euros de los tres primeros meses de 2004, registrando un incremento del 40,8%. Esta evolución viene fundamentalmente explicada por:

- El positivo **comportamiento de El País, la Ser y Santillana.**
- **La mejora del resultado operativo y control de costes en nuevos desarrollos, especialmente, Prisacom.**
- **La mejora del resultado operativo de Prensa Regional y Especializada.**

La distribución del resultado operativo por unidad de negocio se muestra a continuación:

EBIT (millones de euros)



* De los cuales, 4 millones de euros corresponden al negocio de Televisión Local y 1 millón de euros a la producción de televisión (Plural)

Continúa el control y los ajustes de gastos en **los negocios en desarrollo³**, que en su conjunto han mejorado su resultado operativo en un 19%. Destacan las mejoras de los resultados de Prisacom.

Los márgenes del Grupo han mejorado. El EBIT sobre ingresos fue del 13,9% frente al 10,4% durante el mismo período del ejercicio anterior. El margen de EBITDA pasó de 16,8% al 19,4%.

El resultado financiero fue de -2,2 millones de euros frente a -3,5 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El resultado por puesta en equivalencia (2,0 millones de euros negativos), recoge principalmente las participaciones en Sogecable, Antena 3 de Radio e Iberbanda, registró una notable mejora comparada con el mismo periodo del año anterior (8,3 millones de euros negativos).

³ Audiovisual, Prisacom, Medios Internacional y Música.

El **resultado antes de impuestos** se incrementó un 99,9% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, alcanzando los 42,2 millones de euros.

El **gasto previsto por impuesto de sociedades** es de 12,9 millones de euros frente a 5,4 millones en los tres primeros meses de 2004. El **resultado atribuido a socios externos** se situó en 0,2 millones de euros negativos.

El **beneficio neto alcanzó** 29,1 millones de euros frente a los 16,7 millones de euros registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que supone una mejora del 74,4%.

BALANCE DE SITUACIÓN

ACTIVO	Millones de euros	
	31/03/2005 N.I.I.F.	31/12/2004 N.I.I.F.
INMOVILIZADO	962,43	921,95
Inmovilizaciones inmateriales	79,87	78,09
Inmovilizaciones materiales	298,53	296,93
Inmovilizaciones financieras	109,21	96,58
Sociedades puestas en equivalencia	377,96	353,88
Propiedades inmobiliarias	11,67	11,47
Activos destinados a la venta	0,19	1,37
Impuesto diferido de activo	85,00	83,61
FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACIÓN	188,39	188,41
ACTIVO CIRCULANTE	608,12	585,41
Existencias	107,66	99,65
Deudores	458,01	455,23
Inversiones financieras temporales	5,19	6,02
Equivalentes de efectivo	37,27	24,51
TOTAL ACTIVO	1.758,94	1.695,77

PASIVO	Millones de euros	
	31/03/2005 N.I.I.F.	31/12/2004 N.I.I.F.
FONDOS PROPIOS	745,16	738,93
Capital Suscrito	21,88	21,88
Reservas	677,93	578,86
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	29,13	122,45
Socios Externos	16,22	15,74
ACREEDORES A LARGO PLAZO	507,62	479,11
Deudas con entidades de crédito	287,92	259,64
Otras deudas a largo plazo	154,96	155,09
Otros acreedores a largo plazo	64,74	64,38
ACREEDORES A CORTO PLAZO	506,17	477,72
Deudas con entidades de crédito	171,02	144,49
Acreedores comerciales	185,28	201,60
Otras deudas a corto	142,73	127,57
Ajustes por periodificación	7,14	4,06
TOTAL PASIVO	1.758,94	1.695,77

INVERSIONES

El importe total de las inversiones en inmovilizado ha ascendido a 53,12 millones de euros frente a 43,32 millones de euros en los tres primeros meses del ejercicio 2004. Por unidad de negocio, el total de inversiones ha sido:

INVERSIONES ENERO-MARZO 2005	Millones de euros
Prisa	25,78
Santillana	6,60
El País	2,60
Radio	2,49
Producción TV (Plural)	1,82
Impresión	1,79
Televisión Local	1,26
Medios Internacional	9,44
Otros	1,34
Total	53,12

Las inversiones de Prisa por importe de 25,78 millones de euros, corresponden principalmente al incremento de la participación en Sogecable. Las inversiones en Santillana se refieren fundamentalmente a prototipos. Las inversiones en Medios Internacional corresponden en su mayor parte a la compra de Radio Continental a Telefónica en Argentina, por 8,2 millones de euros.

El desglose de las inversiones por tipo de inmovilizado es el siguiente:

INVERSIONES ENERO-MARZO 2005	Millones de euros
Inmovilizado material	9,05
Inmovilizado inmaterial	9,67
Inmovilizado financiero	34,39
TOTAL INVERSIONES	53,12

POSICIÓN FINANCIERA NETA

La posición financiera neta bancaria a marzo de 2005 asciende a 416,5 millones de euros frente a 373,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2004.

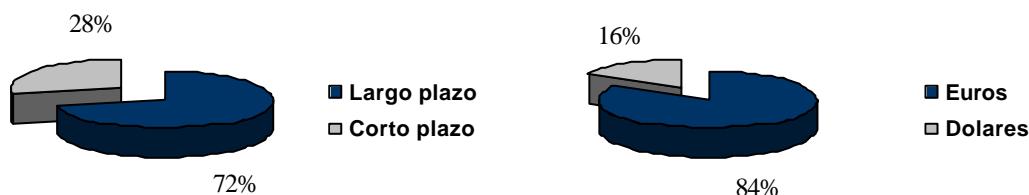
POSICIÓN FINANCIERA NETA BANCARIA 31/03/2005	Millones de euros
Deuda financiera	458,9
A largo plazo	287,9
A corto plazo	171,0
Tesorería e inversiones financieras temporales	42,5
Deuda neta	416,5

Adicionalmente Grupo Prisa mantiene líneas de crédito abiertas por importe de 352,8 millones de euros.

Grupo Prisa emitió en diciembre de 2003 un bono convertible por valor de 162,3 millones de euros. El cupón de los bonos se fijó en el 1,75%. Teniendo en cuenta que el resto de la deuda financiera está referenciada a tipos de interés variable, un 24% de la deuda de Prisa está referenciada a tipo de interés fijo y un 76% a variable. El Grupo sigue una política de cobertura de tipos de interés.

El coste medio de la deuda bancaria en el periodo enero-marzo de 2005 fue 2,88%.

La deuda a largo plazo representa el 72% del total de la deuda financiera. Por monedas, un 84% está denominada en euros y un 16% en dólares. Aproximadamente el 80% de los vencimientos de la deuda en dólares tienen fijado el tipo de cambio a través de operaciones de cobertura.



ESTADO DE FLUJOS DE FONDOS

Millones de euros	31/03/2005 N.I.I.F.
EBIT	46,33
Amortizaciones	17,05
Variación de circulante no financiero	(8,86)
Inversiones operativas	18,72
Flujo de caja operativo	35,80
Inversiones financieras	34,39
Resultado financiero	(2,15)
Dividendos	24,95
Impuestos	12,89
Otros	(4,30)
VARIACIÓN DEUDA NETA	42,89

La generación de flujo de caja operativo en los primeros tres meses de 2005 ha sido de 35,80 millones de euros y la variación de deuda neta fue €42,89 millones de euros.

COMPORTAMIENTO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

En el ejercicio 2005 Prisa ha llevado a cabo una nueva asignación de sus unidades de negocio dando lugar a la creación de la unidad Audiovisual que integra la Televisión Local y Plural (Tesela y producción audiovisual). Las actividades de música, en su vertiente de eventos, derechos, y el sello de música Diablo, se han pasado a gestionar desde la unidad de Radio, dada la correlación y sinergias entre ambos negocios.

- El EBIT de **El País** alcanzó los 35,3 millones de euros, un 5,1% más que el registrado en el mismo periodo de 2004. El margen de EBIT sobre ingresos se sitúa en el 32,5% frente al 31,1% del mismo periodo del ejercicio 2004.
- Los ingresos de la **Radio en España** crecieron un 13,6%, destacando el 14,6% de crecimiento en los ingresos de publicidad. El resultado de explotación (EBIT) de la Radio mejoró un 37,1%.
- Buen comportamiento de la **venta de libros en Santillana**. Durante el primer trimestre se han realizado las campañas en los países de América del Sur, mostrando un fuerte crecimiento especialmente Brasil (+37,5 en moneda local y +44,6% en euros) y Argentina (+10,1% en moneda local y +3,9% en euros).
- La **Prensa Especializada y Regional** incrementó su resultado de explotación que se sitúa en 1,1 millones de euros frente a los 0,2 millones de euros del mismo periodo de 2004. **As** aumentó su difusión media diaria un 3,5% hasta alcanzar 202.198 ejemplares y **Cinco Días** mejoró su resultado operativo.
- **Prisacom** mejoró el EBIT un 57,2%. Los ingresos de explotación aumentaron 38,8% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.
- **Medios Internacional** incrementó sus ventas un 8,7%.
- **GDM** mejoró su resultado operativo en 12,8% respecto al mismo periodo del año anterior, reflejando el aumento de la gestión publicitaria para el Grupo y terceros.
- **Televisión Local (Localia)** destacó por el incremento en un 53,9% de sus ingresos publicitarios.

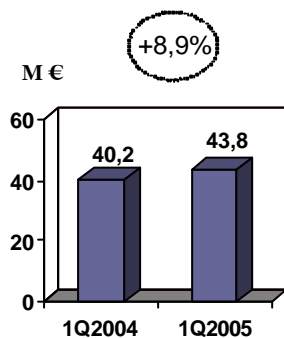
INGRESOS Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
El País	108,53	107,83	0,7
Prensa Espec y Regional	31,99	30,16	6,1
Radio	51,81	45,59	13,6
Música	3,99	13,22	-
TV local	8,82	8,08	9,1
Plural	2,44	1,37	77,3
Medios Internacional	11,68	10,74	8,7
Educación y Formación	90,32	75,48	19,7
Prisacom	4,45	3,21	38,6
Impresión	18,80	20,61	(8,8)
GDM	5,10	4,77	6,8
Distribución	7,24	8,73	(17,1)
Otros	6,92	6,48	6,8
Ajustes de consolidación	(19,13)	(18,61)	97,4
TOTAL	332,94	317,67	4,8

EBIT Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
El País	35,29	33,57	5,1
Margen EBIT	32,5%	31,1%	
Prensa Espec. y Regional	1,12	0,19	-
Margen EBIT	3,5%	0,6%	
Radio	7,53	5,49	37,1
Margen EBIT	14,5%	12,0%	
Música	(0,72)	(2,95)	75,8
Margen EBIT	(17,9%)	(22,3%)	
TV local	(4,22)	(3,19)	(32,3)
Margen EBIT	(47,9%)	(39,5%)	
Plural	(0,76)	(0,85)	10,0
Margen EBIT	(31,2%)	(61,6%)	
Medios Internacional	(3,68)	(2,83)	(30,0)
Margen EBIT	(31,5%)	(26,4%)	
Educación y Formación	14,70	7,71	90,6
Margen EBIT	16,3%	10,2%	
Prisacom	(1,52)	(3,55)	57,2
Margen EBIT	(34,2%)	(110,8%)	
Impresión	(0,91)	0,48	-
Margen EBIT	(4,8%)	2,3%	
GDM	0,92	0,81	12,8
Margen EBIT	18,0%	17,1%	
Distribución	0,51	0,58	(12,2)
Margen EBIT	7,0%	6,6%	
Ajustes y Otros	(1,92)	(2,55)	
TOTAL	46,33	32,91	40,8
Margen	13,9%	10,4%	

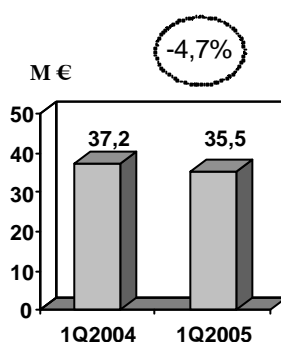
EL PAÍS

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	108,53	107,83	0,7
Total gastos explotación	73,24	74,25	(1,4)
EBIT	35,29	33,57	5,1
%/Ingresos	32,5%	31,1%	
EBITDA	38,15	36,63	4,1
%/Ingresos	34,3%	30,7%	

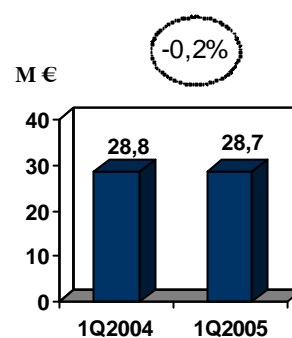
Ingresos publicitarios



Ingresos de circulación



Ingresos por promociones



El País ha incrementado su rentabilidad durante los tres primeros meses de 2005. Alcanzó un margen de EBIT sobre ingresos de 32,5% frente al 31,1% en el mismo periodo del año 2004. El margen de EBITDA fue de 34,3% frente al 30,7% en el primer trimestre de 2004.

- **Los ingresos publicitarios** aumentaron en el primer trimestre un 8,9% frente al crecimiento de 16,6% observado durante los dos primeros meses del año. La ralentización del crecimiento de ingresos publicitarios en marzo se debió a que la Semana Santa, periodo en el que normalmente no se producen importantes ventas, sucedió en el año 2005 en marzo, siendo el año anterior en abril.

- **Los ingresos por circulación** experimentan una disminución del 4,7%, hasta los 35,5 millones de euros. El descenso de los ingresos se explica por la menor difusión del diario El País comparada con el primer trimestre del ejercicio 2004 en el que se produjeron especiales eventos que incrementaron la circulación (elecciones generales, efecto del producto promocional "La Enciclopedia", además del efecto de la Semana Santa).

	Enero-Marzo 2005	Enero-Marzo 2004	Var %
Difusión media diaria	494.150	511.360	(3,4)
Difusión media fin de semana	874.736	874.203	0,0

Los ingresos por productos promocionales, siguen mostrando su fortaleza alcanzando la magnitud de 28,70 millones de euros durante los tres primeros meses del ejercicio frente a los 28,75 millones de euros registrados en el mismo período del ejercicio anterior. En este periodo, la contribución al resultado operativo de las promociones fue de 10,1 millones de euros con un margen de 35,2% sobre ingresos, comparado con un margen de 32,9% en el mismo periodo de ejercicio anterior.

Destaca el éxito de las promociones “La Historia Universal” y Cine de Oro, que se lanzaron con El País y que aún no han finalizado. Durante estos primeros tres meses, han registrado una media semanal de venta de 220.000 y 200.000 ejemplares respectivamente. Otras promociones lanzadas con El País, destacaron igualmente por su buena acogida: la promoción de cuentos infantiles tuvo, durante el primer trimestre del año, una venta media de 310.000 ejemplares y la de libros de cocina por países vendió una media de 205.000 ejemplares.

Los **gastos de explotación** disminuyeron un 1,4% explicado fundamentalmente por los menores gastos de consumo de papel derivados de un menor coste unitario de papel (-3,2%) debido a la utilización de stock acumulado en años anteriores.

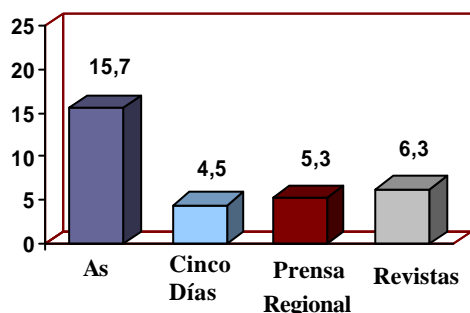
El País registró una mejora en rentabilidad - el **EBIT** se incrementó un 5,1% y el **margen de EBIT sobre ingresos** se situó en el 32,5%, frente al 31,1% del mismo periodo de 2004.

PRENSA ESPECIALIZADA Y REGIONAL

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	31,99	30,16	6,1
Total gastos explotación	30,87	29,97	3,0
EBIT	1,12	0,19	-
%/Ingresos	3,5%	0,6%	
EBITDA	1,59	0,78	103,1
%/Ingresos	4,9	0,6%	

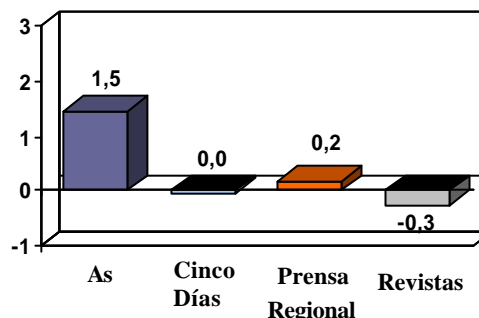
Ingresos de explotación

M €



Resultado de explotación (EBIT)

M €



El crecimiento de los ingresos que experimentan As, Cinco Días y las Revistas, junto con el esfuerzo generalizado en la contención de gastos, ha permitido que esta unidad de negocio mejore su resultado de explotación, obteniendo un EBIT de 1,12 millones de euros, frente a 0,19 millones de euros de los primeros tres meses del ejercicio anterior.

La evolución de **AS** durante los tres primeros meses del ejercicio ha venido caracterizada por:

- **Un incremento del 22,5% de los ingresos publicitarios** en el periodo enero-marzo respecto al mismo periodo del año anterior.
- **Un aumento del 7,1% de los ingresos de circulación.** La **difusión media diaria** alcanzó 202.198 ejemplares frente a 195.356 ejemplares en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que supone un **incremento del 3,5%** que contrasta con la tendencia decreciente en circulación de la prensa deportiva en España.

Cinco Días mejora su resultado operativo hasta casi el nivel de equilibrio (pérdidas de 0,05 millones de euros frente a las pérdidas operativas de 0,13 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior). El incremento de los ingresos publicitarios (+5,3%), y el control en los gastos de explotación, explican esta mejora.

- La **difusión media diaria de Cinco Días** creció un 28,1% alcanzando los 31.406 ejemplares frente a 24.507 ejemplares en el mismo periodo del ejercicio anterior. Este fuerte aumento en la difusión del periódico se explica en parte por el hecho de que desde el mes de septiembre de 2004 se comenzó a distribuir en los fines de semana una edición especial de 5 Días con distintos periódicos de difusión regional o local.

En **Prensa regional**, los ingresos publicitarios crecieron 2,1% disminuyendo los gastos de explotación en 1,6%.

Los ingresos de las **Revistas** se han incrementado un 3,6%. Destaca el buen comportamiento de los ingresos de circulación que aumentaron un 30,4%. Cinemanía alcanzó una difusión media en el periodo enero-marzo de 77.248 ejemplares y Rolling Stone de 32.838 ejemplares. Revista 40, lanzada en octubre de 2004 tuvo una difusión media de 56.014 ejemplares. Los ingresos de publicidad se incrementaron un 3,4%.

RADIO Y MÚSICA

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
RADIO			
Total Ingresos explotación	51,81	45,59	13,6
Total gastos explotación	44,28	40,10	10,4
EBIT	7,53	5,49	37,1
%/Ingresos	14,5%	12,0%	
EBITDA	8,69	6,70	29,8
%/Ingresos	16,7%	14,6%	
MÚSICA			
Total Ingresos explotación	3,99	13,22	-
Total gastos explotación	4,70	16,18	-
EBIT	(0,72)	(2,95)	75,8
%/Ingresos	(17,9%)	(22,3%)	
EBITDA	(0,50)	(2,21)	77,2
%/Ingresos	(12,6%)	(16,7%)	

RADIO

Durante los tres primeros meses del ejercicio 2005, los ingresos de la radio en España se incrementaron un 13,6%. De los ingresos publicitarios consolidados de esta unidad, 55,5% fueron nacionales y 44,5% procedieron del mercado local.

- **Los ingresos publicitarios** crecieron un 14,6%, hasta los 45,3 millones de euros, impulsados por la buena marcha del mercado publicitario español. Los ingresos nacionales crecieron 22,0% y los locales 7,0%.

Destaca el crecimiento del EBIT (37,1%) con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior y la mejora del margen de EBIT sobre ingresos que se situó en 15,5% comparado con un 12,0% obtenido durante los tres primeros meses del ejercicio 2004.

MÚSICA

Respecto al negocio de música, los ingresos disminuyeron considerablemente, debido a que en el ejercicio 2004 esta división realizó conjuntamente con El País una promoción de discos en formato DVD. Al no producirse este año, eso explica el descenso. Sin embargo, mejora la rentabilidad de esta unidad obteniéndose unas pérdidas de 0,72 millones de euros frente a las de 2,95 millones de euros en el ejercicio anterior.

TELEVISIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Millones de euros	ENERO-MARZO		Var %
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	
TELEVISIÓN LOCAL			
Total Ingresos explotación	8,82	8,08	9,1
Total gastos explotación	13,04	11,28	15,6
EBIT	(4,22)	(3,19)	(32,3)
%/Ingresos	(47,9%)	(39,5%)	
EBITDA	(3,54)	(2,66)	(33,8)
%/Ingresos	(40,0%)	(32,8%)	
PLURAL			
Total Ingresos explotación	2,44	1,37	77,3
Total gastos explotación	3,20	2,22	44,0
EBIT	(0,76)	(0,85)	75,8
%/Ingresos	(31,2%)	(61,6%)	
EBITDA	(0,02)	(0,04)	62,3
%/Ingresos	(0,6%)	(3,2%)	

La división Audiovisual engloba las actividades de Televisión Local y de Plural Entertainment, empresa que dedica su actividad a la producción de programas de televisión y a la producción de cine, a través de Tesela.

Dentro de los ingresos de la Televisión Local (8,82 millones de euros) destaca el comportamiento de los **ingresos publicitarios**, (53,9% de los ingresos), que se incrementaron un 56,1%, hasta los 4,75 millones de euros.

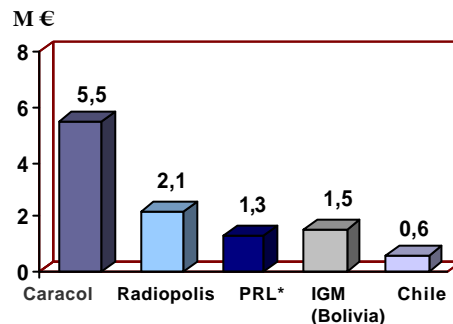
En el año 2005 Plural ha rodado “Al filo de la ley”, serie emitida por Televisión Española, que ha tenido una buena acogida entre anunciantes y espectadores, con un share cercano al 20%.

MEDIOS INTERNACIONAL

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	11,68	10,74	8,7
Total gastos explotación	15,36	13,57	13,2
EBIT	(3,68)	(2,83)	(30,0)
%/Ingresos	(31,5%)	(26,4%)	
EBITDA	(2,28)	(1,37)	(66,0)
%/Ingresos	(19,4%)	(12,7%)	

El detalle de ingresos de los distintos negocios que forman la unidad de medios internacional es el siguiente:

Ingresos de explotación



*Participaciones de Radio Latinoamericana incluye las actividades de radio en Francia, Costa Rica y Miami.

Medios Internacional ha mostrado un crecimiento del 12,6% en los ingresos de publicidad respecto al mismo periodo de 2004.

Caracol aumentó sus ingresos un 12,6% respecto al los tres primeros meses del ejercicio 2004, destacando la evolución de los ingresos de publicidad (+17,6%).

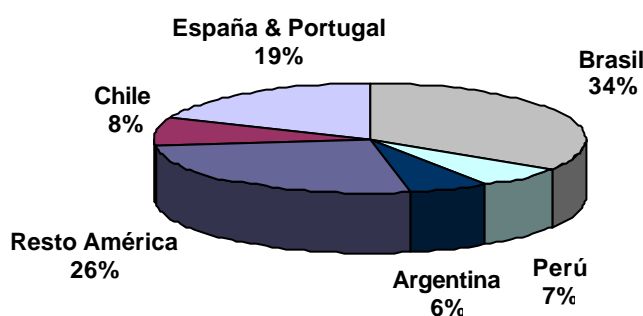
En **Radiópolis**, los ingresos se incrementaron en 8,8%, siendo el incremento en moneda local del 15,0%.

Las medidas de reestructuración y el cambio en el accionariado llevado a cabo en **Inversiones Grupo Multimedia** han contribuido a que dicha sociedad, pese a reducir sus ingresos en 5,5%, mejore sus pérdidas operativas en un 34,7%.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	90,32	75,48	19,7
Total gastos explotación	75,62	67,77	11,6
EBIT	14,70	7,71	90,6
%/Ingresos	16,3%	10,2%	
EBITDA	21,81	15,63	39,6
%/Ingresos	24,1%	20,7%	

Desglose de Ingresos Enero-Marzo 2005 por origen geográfico



En Educación y Formación, las cifras del primer trimestre del ejercicio recogen las campañas de educación de los países de América del Sur, donde la mayor contribución procede de Brasil, Chile, Perú y Argentina.

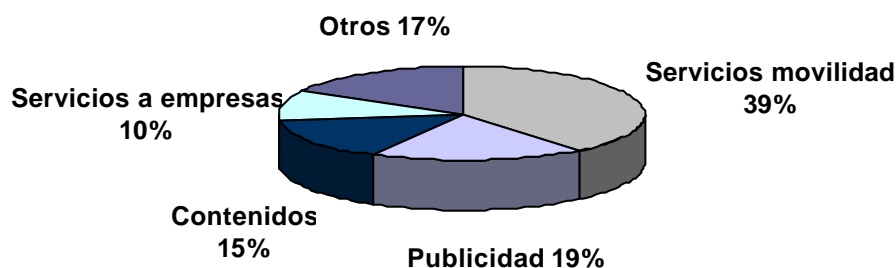
- En **Brasil**, los ingresos crecieron un 44,6% principalmente por la positiva evolución de las ventas institucionales. El resultado operativo (EBIT) creció un 63,9% hasta alcanzar los 13,6 millones de euros. El margen de EBIT se situó en 44,3% frente al 39% del mismo periodo del año anterior. En moneda local, el incremento fue del 37,5%.
- En **Perú**, las ventas aumentaron un 5,2% y el margen operativo se situó en 49,5%.
- En **Argentina**, la mayor estabilidad política ha favorecido el crecimiento de los ingresos por ventas de libros de texto en moneda local en un 10,1% y 3,4% en euros.

PRISACOM

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	4,45	3,21	38,8
Total gastos explotación	5,97	6,76	(11,7)
EBIT	(1,52)	(3,55)	57,2
%/Ingresos	(34,2%)	(110,8%)	
EBITDA	(0,96)	(2,15)	55,5
%/Ingresos	(21,5%)	(67,0%)	

Prisacom incrementa sus ingresos un 38,8% debido principalmente al crecimiento de la venta de contenidos (+45%) y la positiva evolución del negocio derivado de servicios de movilidad (+39%). Los ingresos derivados de la publicidad registraron un crecimiento del 4%.

Distribución de Ingresos por línea de actividad (Enero-Marzo 2005)



Los gastos de explotación disminuyeron un 11,7% durante el primer trimestre del año, haciendo que las pérdidas operativas disminuyeran un 57,2%.

En marzo de 2005 El País.es cuenta ya con 45.531 suscriptores frente a los 41.861 suscriptores registrados en diciembre de 2004. De los 45.531 suscriptores, 42.145 son de pago.

VENTAS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS (GDM)

Millones de euros	ENERO-MARZO		Var %
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	
Ingresos Netos de explotación	5,10	4,77	6,8
Total gastos explotación	4,18	3,96	5,5
EBIT	0,92	0,81	12,8
%/Ingresos	18,0%	17,1%	
EBITDA	1,01	0,89	13,7
%/Ingresos	19,8%	18,6%	

Durante los tres primeros meses del ejercicio 2005 el mercado publicitario español ha continuado el buen ritmo de crecimiento alcanzado en 2004. La mejora se ha visto reflejada en todos los soportes, particularmente en los sectores de radio y televisión.

La mejoría del mercado ha permitido un incremento del margen operativo que alcanza un nivel de 18,0%.

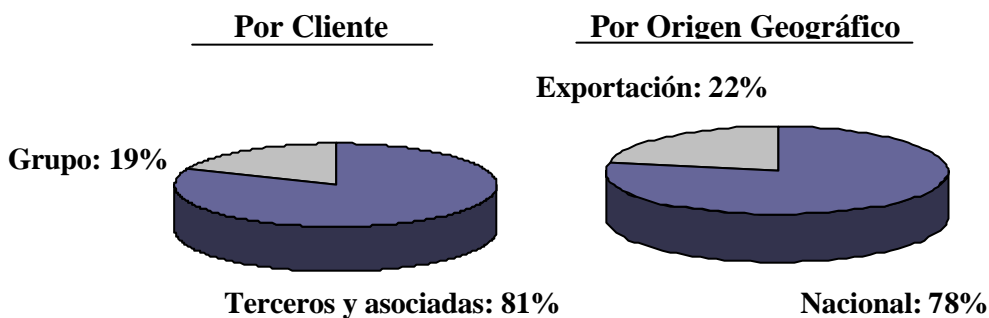
Del total de la publicidad gestionada por GDM el 41% corresponde a Sogecable y terceros y el 59% a empresas del Grupo.

IMPRESIÓN - DÉDALO

Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 N.I.I.F.	2004 N.I.I.F.	Var %
Total Ingresos explotación	18,80	20,61	(8,8)
Total gastos explotación	19,71	20,13	(2,1)
EBIT	(0,91)	0,48	-
%/Ingresos	(4,8%)	2,3%	
EBITDA	0,96	2,35	(59,1)
%/Ingresos	5,1%	11,3%	

La compañía Dédalo se consolida por integración proporcional al 40%; completan su estructura accionarial, Polestar con un 40% e Ibersuizas, socio financiero, cuenta con el 20% restante.

El desglose de los ingresos de explotación ha sido el siguiente:



Durante ejercicio 2005, Dédalo continúa avanzado en los procesos de integración organizativa y operativa tras la fusión de Prisaprint con Polestar.

Para el ejercicio 2005, las prioridades se centran en la consolidación y crecimiento del negocio de offset comercial y en la puesta en marcha del proyecto de fusión de las dos plantas de huecograbado actuales del grupo, lo que permitirá la creación de una única planta más competitiva y rentable y generará significativas sinergias y economías de escala.

ANEXO 1 : RESULTADOS TRIMESTRALES SEGÚN PGC
CUENTA DE RESULTADOS

Millones de €	ENERO-MARZO		
	2005 PGC	2004 PGC	Var %
Ingresos de explotación	355,43	340,88	4,3
EBITDA	68,75	60,17	14,3
EBIT	49,66	39,23	26,6
Resultado financiero	(0,45)	(1,87)	76,0
Resultado puesta en equivalencia	(2,24)	(8,60)	74,0
Amort. Fondo de comercio	6,60	4,75	38,9
Resultado actividades ordinarias	40,37	24,01	
Resultado extraordinario	(4,75)	(7,84)	39,4
Resultado antes de impuestos	35,62	16,17	120,3
Impuesto sobre beneficios	12,46	5,35	135,5
Resultado atribuido socios externos	(0,03)	(1,01)	96,8
Resultado neto	22,61	11,83	91,2
Margen EBIT	13,9%	11,5%	
Margen EBITDA	19,3%	17,7%	

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

Millones de €	ENERO-MARZO		
	2005 PGC	2004 PGC	Var %
Ventas de publicidad	128,73	114,92	12,0
Venta de libros y derechos	87,80	73,53	19,4
Venta de periódicos y revistas	59,15	62,21	(4,9)
Ingresos de productos promocionales	32,53	41,38	(21,4)
Venta de servicios de impresión ⁴	14,98	16,64	(10,0)
Venta de música y audiovisual	7,88	8,54	(7,7)
Otros ingresos	24,35	23,66	2,9
Total Ingresos de explotación	355,43	340,88	4,3

⁴ Representa el 40% de los ingresos de Dédalo, compañía resultante de la fusión de Prisaprint con Polestar España

INGRESOS Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 PGC	2004 PGC	Var %
El País	108,53	106,76	1,7
Prensa Espec y Regional	31,96	29,93	6,8
Radio	51,78	45,48	13,8
Música	6,39	15,99	(60,0)
TV local	8,76	7,87	11,3
Plural	2,44	1,37	77,3
Medios Internacional	11,53	10,72	7,6
Educación y Formación	90,26	75,33	19,8
Prisacom	4,45	3,20	38,8
Impresión	18,73	20,53	(8,8)
GDM	25,38	21,43	18,4
Distribución	48,83	63,62	(23,2)
Otros	6,81	6,45	5,6
Ajustes de consolidación	(60,42)	(67,80)	
TOTAL	355,43	340,88	4,3

EBIT Millones de euros	ENERO-MARZO		
	2005 PGC	2004 PGC	Var %
El País	35,29	33,46	5,5
Margen EBIT	32,5%	31,3	
Prensa Espec. y Regional	0,99	0,25	-
Margen EBIT	0,03%	0,01%	
Radio	8,87	6,05	46,6
Margen EBIT	17,1%	13,3%	
Música	(0,74)	(2,54)	70,8
Margen EBIT	(11,6%)	(15,88%)	
TV local	(4,39)	(3,12)	(40,5)
Margen EBIT	(50,1%)	(39,7%)	
Plural	(0,85)	(0,61)	(39,5)
Margen EBIT	(34,7%)	(44,1%)	
Medios Internacional	(3,17)	(2,56)	(24,2)
Margen EBIT	(27,51%)	(23,84%)	
Educación y Formación	15,29	8,87	72,3
Margen EBIT	16,9%	11,78%	
Prisacom	(1,51)	(2,25)	32,7
Margen EBIT	(34,0%)	(70,1%)	
Impresión	(0,09)	0,67	
Margen EBIT	(0,5%)	3,28%	
GDM	0,91	0,84	8,9
Margen EBIT	3,62%	3,93%	
Distribución	0,52	0,94	(44,4)
Margen EBIT	1,07%	1,48%	
Otros	(1,46)	(0,78)	
TOTAL	49,66	39,23	26,6
Margen	13,9%	11,5%	

Para más información:

Grupo Prisa
Departamento de Relación con Inversores de Grupo Prisa
Gran Vía 32, 6ª Planta
Telefono: +34- 91-330-10-85
Fax: +34- 91-330-10-88
e-mail: ir@prisa.es
www.prisa.es