



Grupo PRISA

RESULTADOS ANUALES 2003

27 de febrero de 2004



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Millones €

	2003	2002	Var. %
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	1.305	1.216	7,3
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	1.169	1.096	6,6
EBITDA	222	203	9,3
EBIT	136	119	13,9
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	86	52	64,1
RESULTADO NETO	61	82	-26,2
Margen EBITDA	17,0%	16,7%	
Margen EBIT	10,4%	9,8%	

INGRESOS Y EBIT EXCLUYENDO EFECTO TIPO CAMBIO Y NUEVAS INCORPORACIONES

Millones €

	<u>Efecto Tipo de Cambio</u>	<u>Efecto Nuevas Incorporaciones</u>	<u>Efecto Neto</u>
Ingresos	-54	+12	-42
Ebit	-11	+2	-9

VARIACIÓN ANUAL (Millones €)

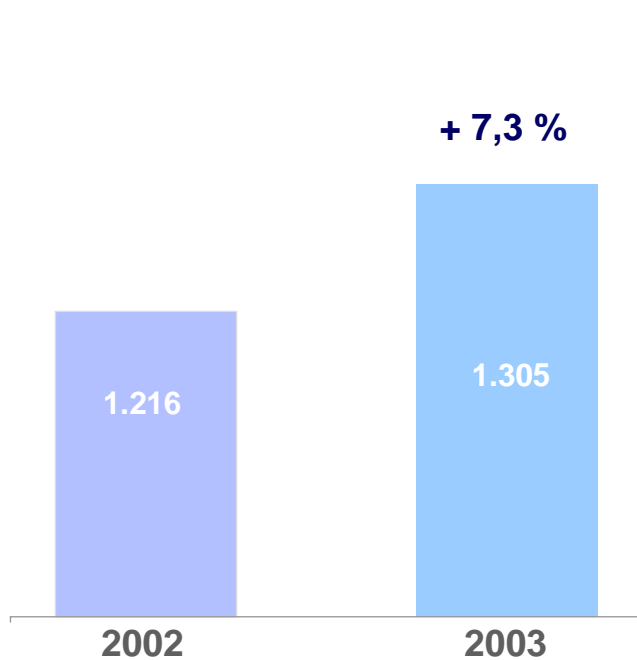
Millones €

	<u>Sin ajustes</u>	<u>Con ajustes</u>
Ingresos	+7,3%	+12,0%
Ebit	+13,9%	+23,0%

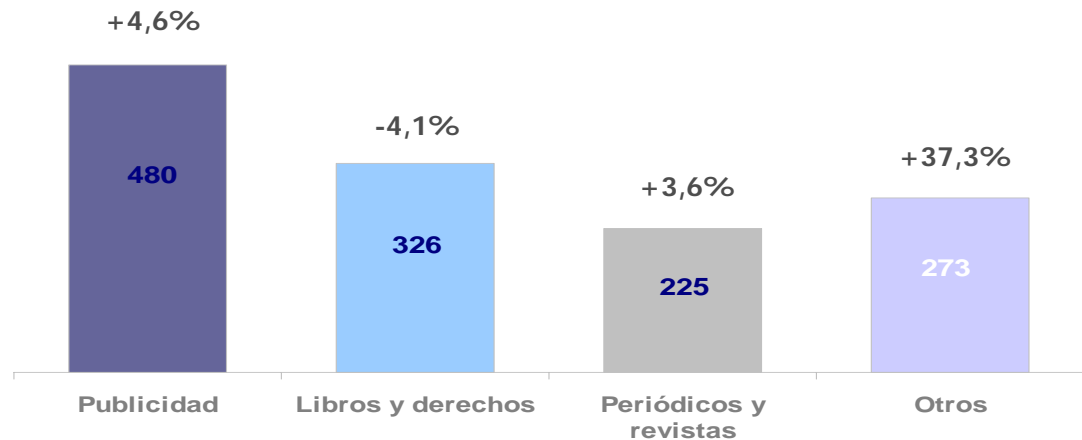


INGRESOS

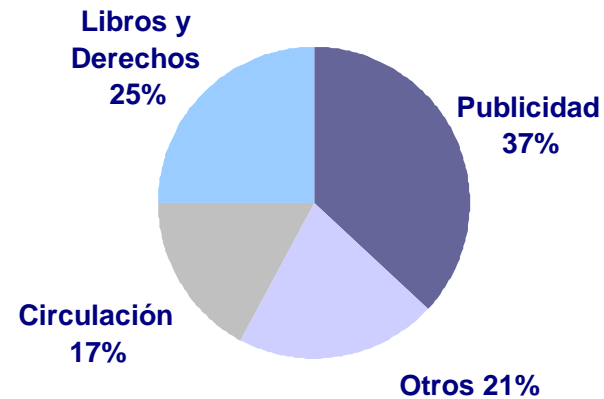
Evolución (Millones €)



Ingresos por línea de actividad (Millones €)



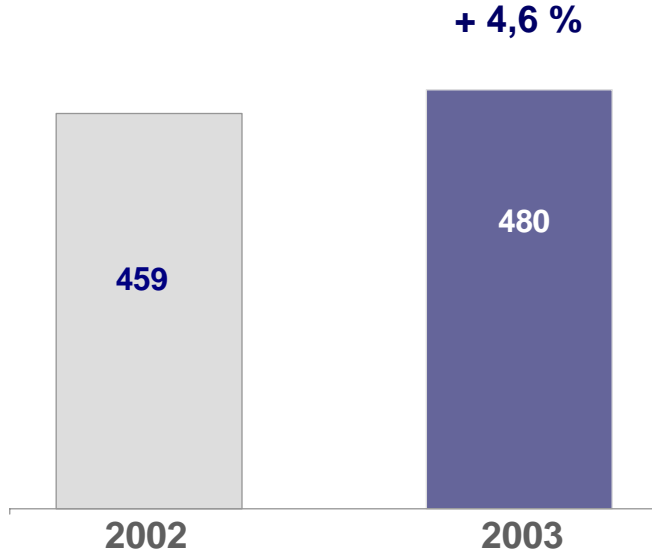
Porcentaje contribución ingresos por línea de actividad



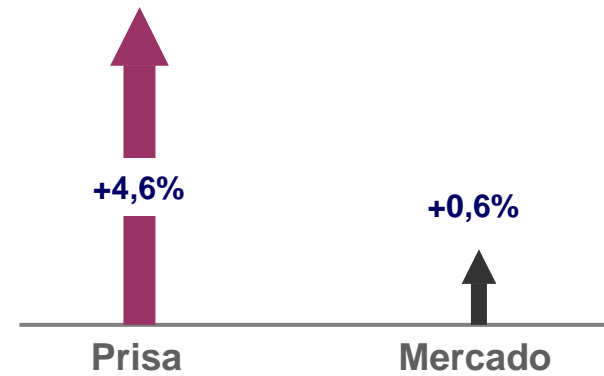


INGRESOS DE PUBLICIDAD

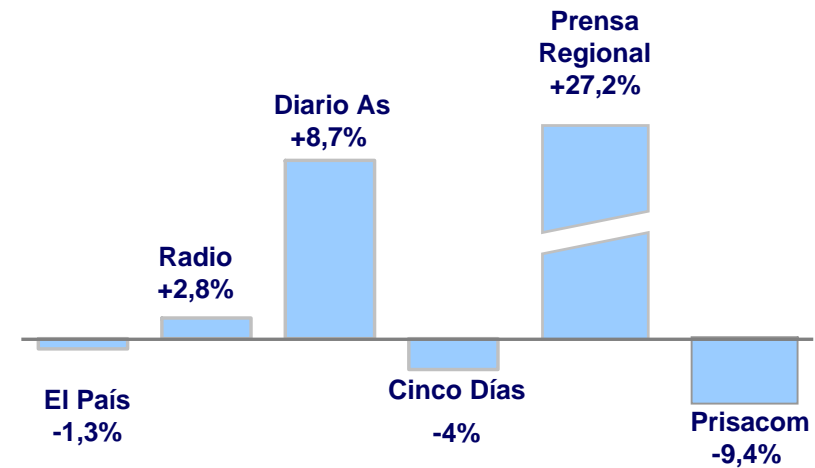
Evolución (Millones €)



Prisa Vs Mercado (% Variación)



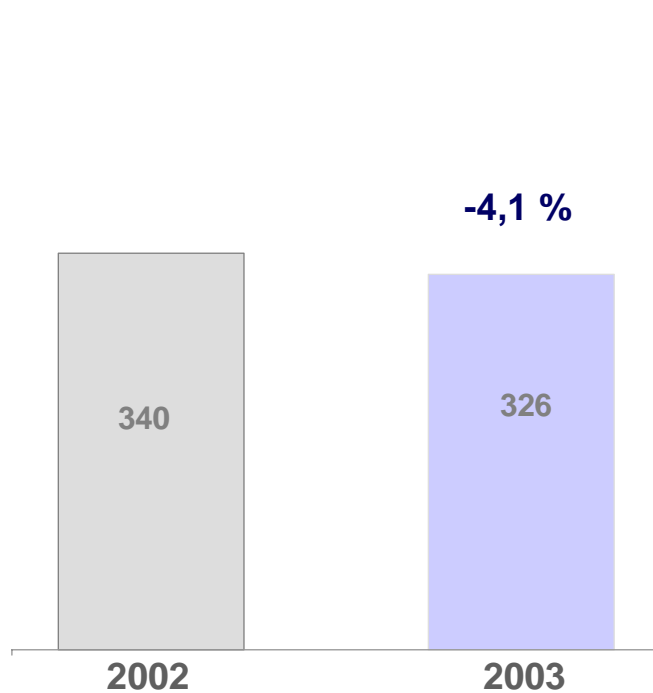
Unidades de Negocio (% Variación)





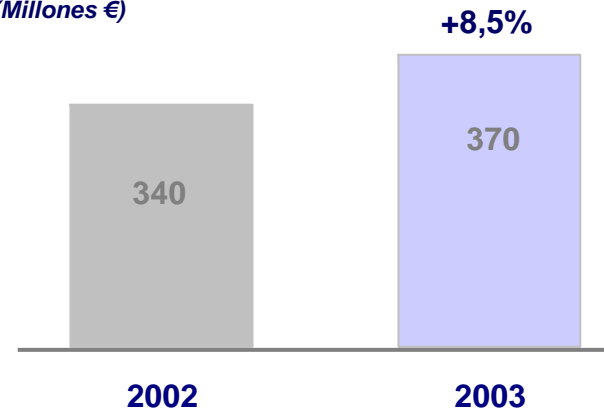
INGRESOS POR VENTA DE LIBROS Y DERECHOS

Evolución (Millones €)

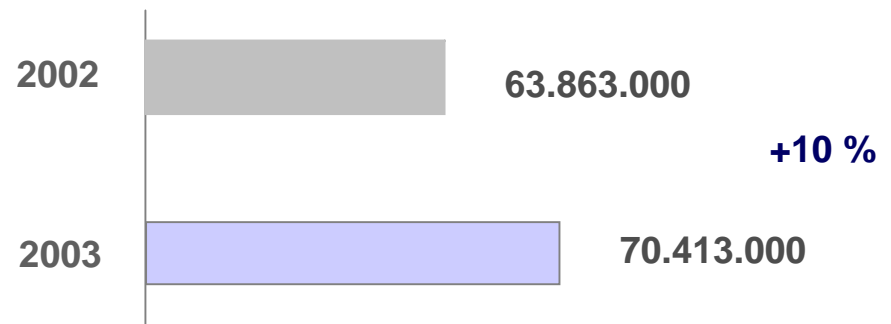


Excluyendo Efecto tipo de cambio

(Millones €)



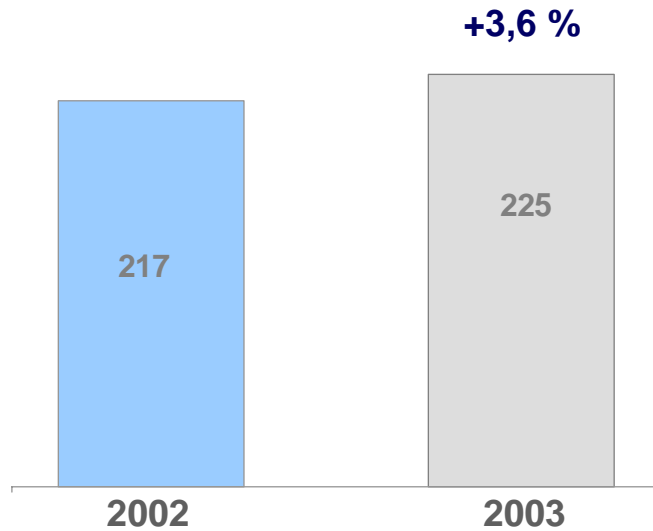
Nº libros vendidos en 2003



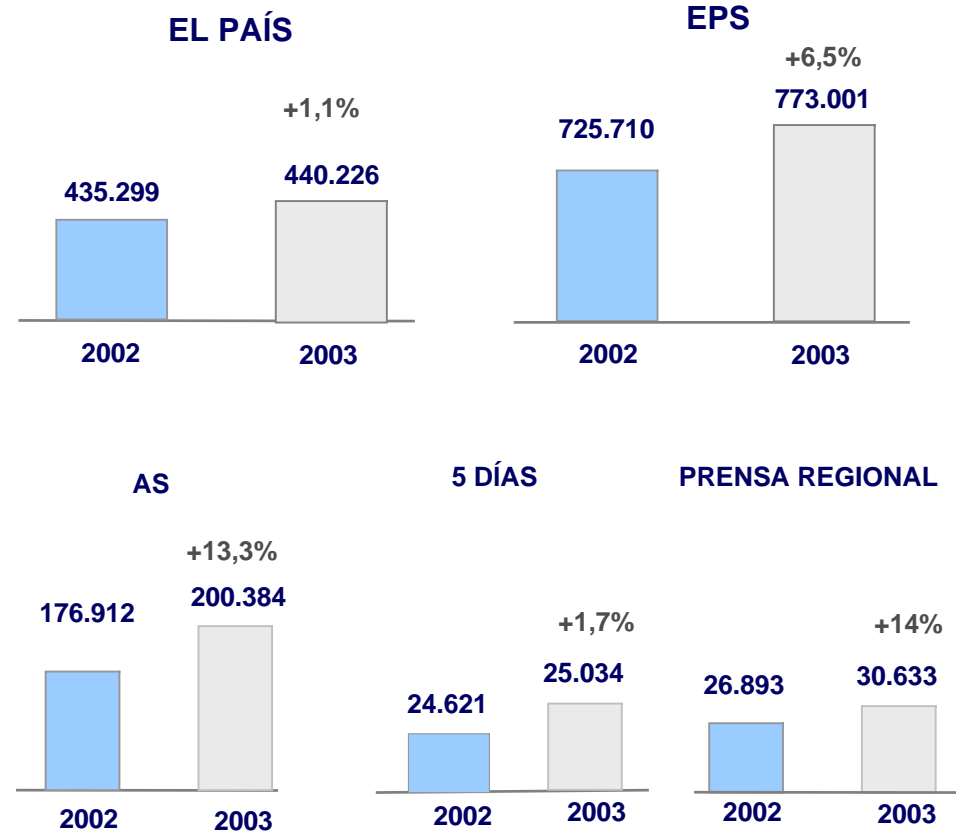


INGRESOS POR VENTA DE PERIÓDICOS

Evolución (Millones €)



Difusión Media Diaria (Ejemplares)

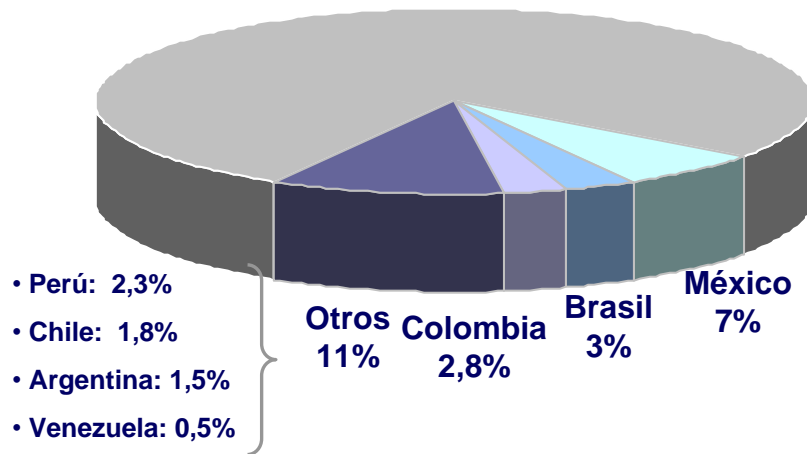




INGRESOS POR PAÍSES: CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL

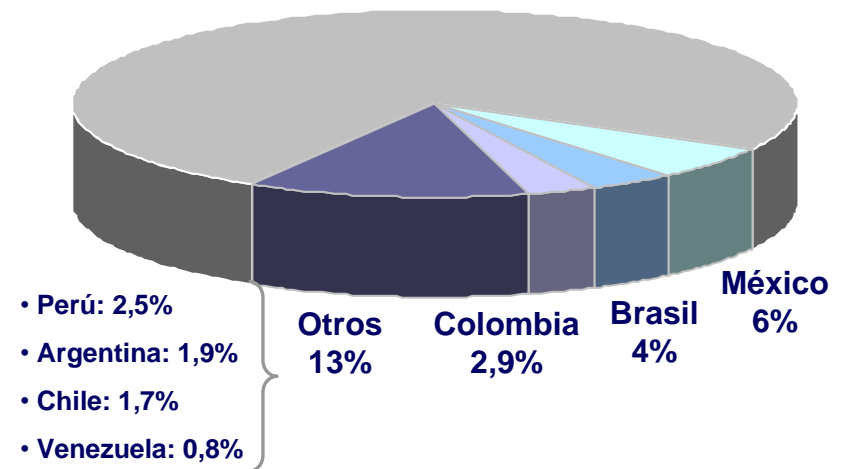
Ingresos 2003: 1.305 Millones €

España 80%



Ingresos 2002: 1.216 Millones €

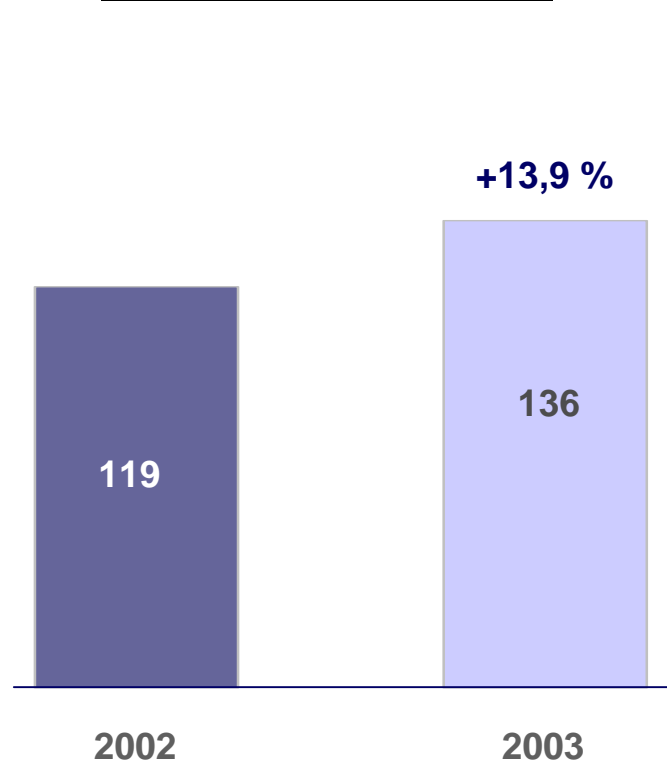
España 77%





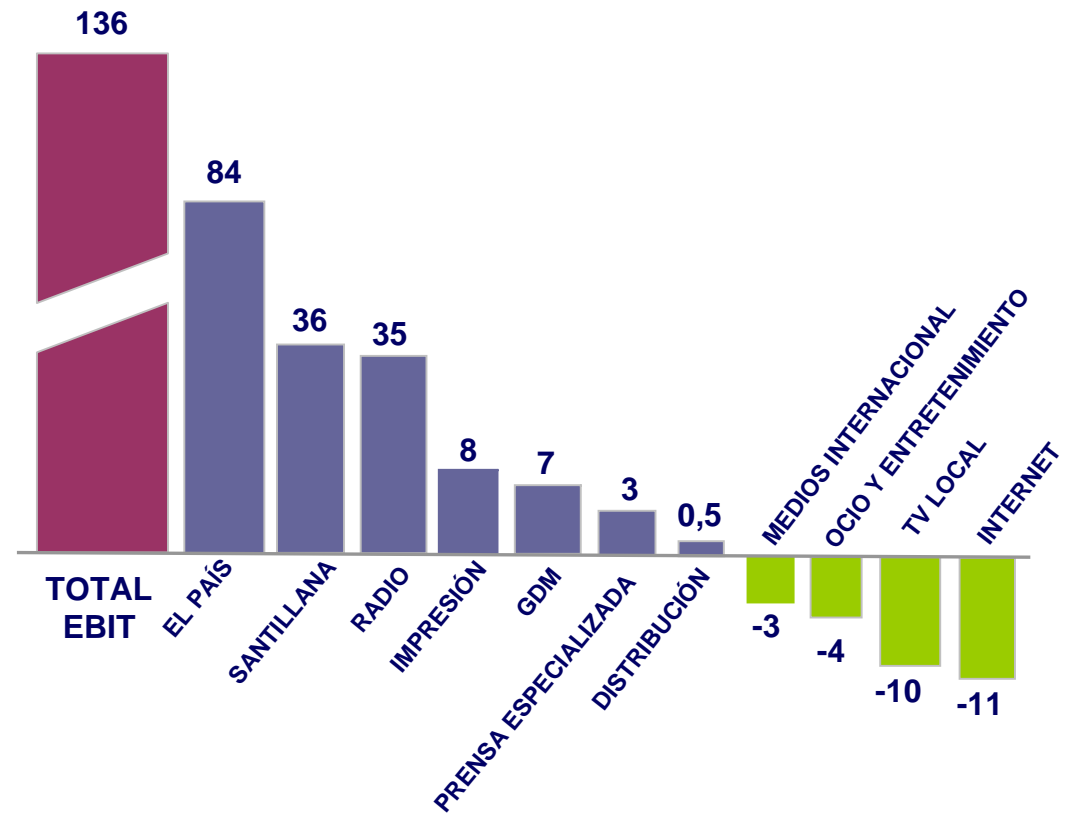
EBIT

Evolución (Millones €)



EBIT por unidad de negocio

(Millones €)





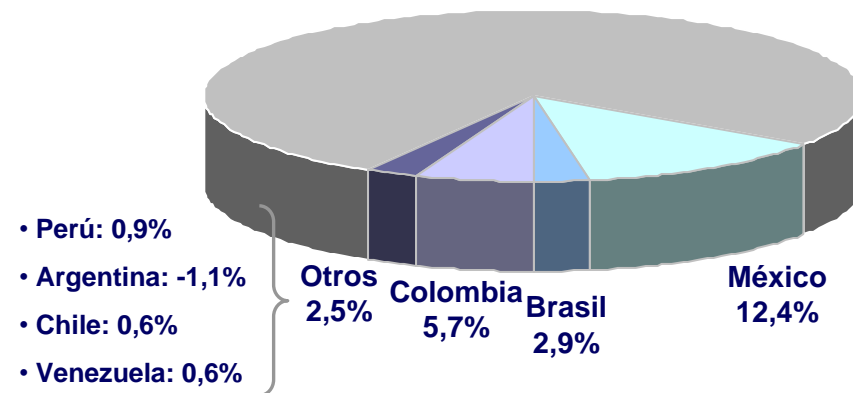
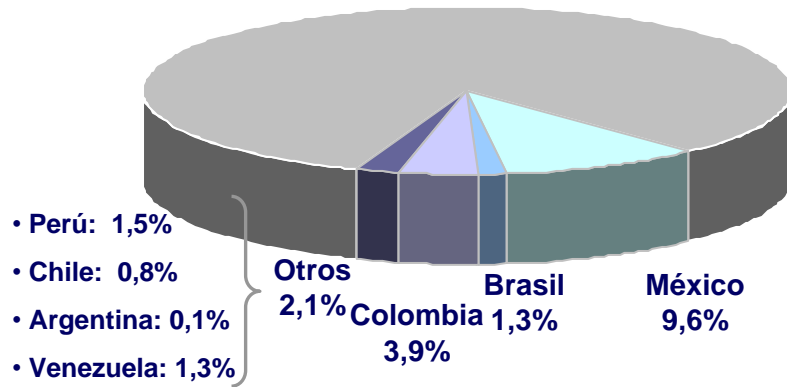
EBIT POR PAÍSES

2003: 136 Millones €

2002: 119 Millones €

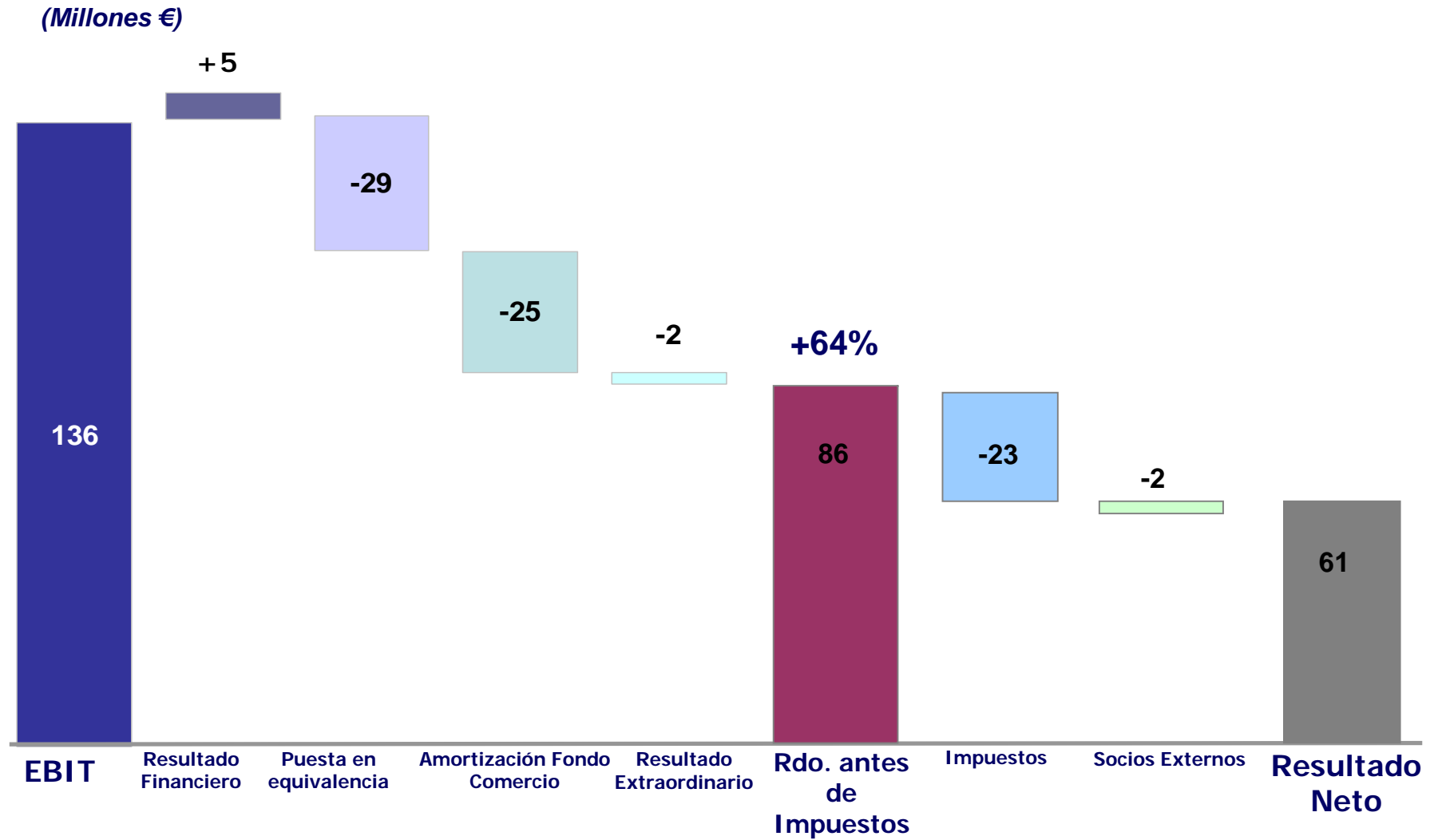
España 79,4%

España 75,5%





EBIT - RESULTADO NETO





INVERSIONES (Millones €)

Total Inversiones: 242

Recurrentes

TOTAL	94
Editorial	37
Impresión	16
El País	11
Ocio y entretenimiento	8
Radio	4
Otros	18

Financieras

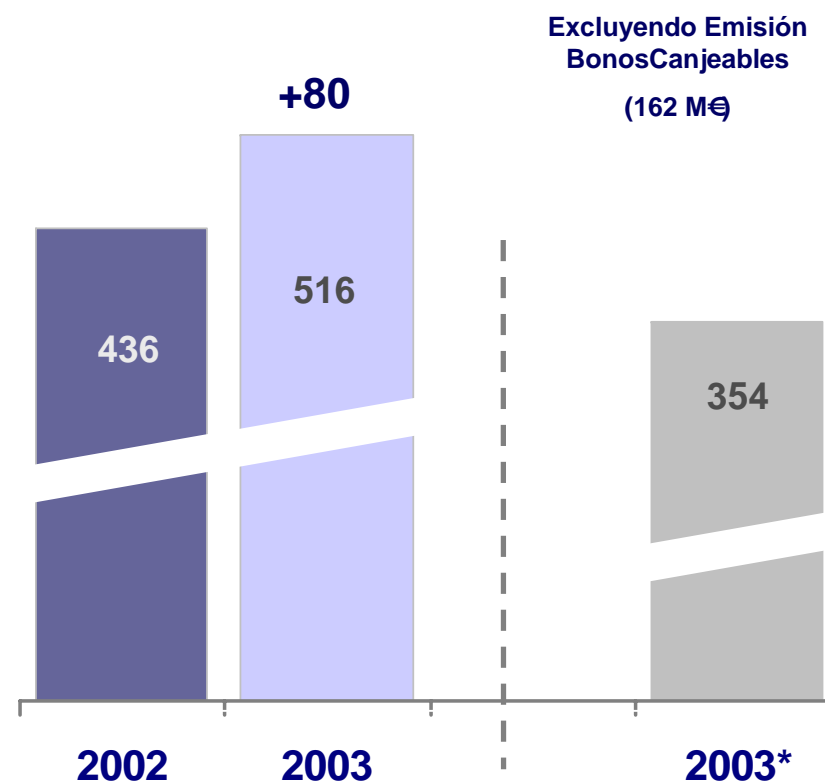
TOTAL	148
Préstamo Participativo Sogecable	50
Incremento Participación Sogecable	93
Otros	5



CASH FLOW 2003 (Millones €)

EBIT	136
Amortizaciones	78
Variación Circulante no Financiero	(14)
Inversiones Recurrentes	(94)
Flujo de Caja Operativo	106
Inversiones Financieras	(148)
Resultado Financiero	5
Resultado Extraordinario	(2)
Dividendos	(20)
Impuestos	(23)
Otros	2
VARIACIÓN DEUDA NETA	Δ80

Deuda Neta (Millones €)



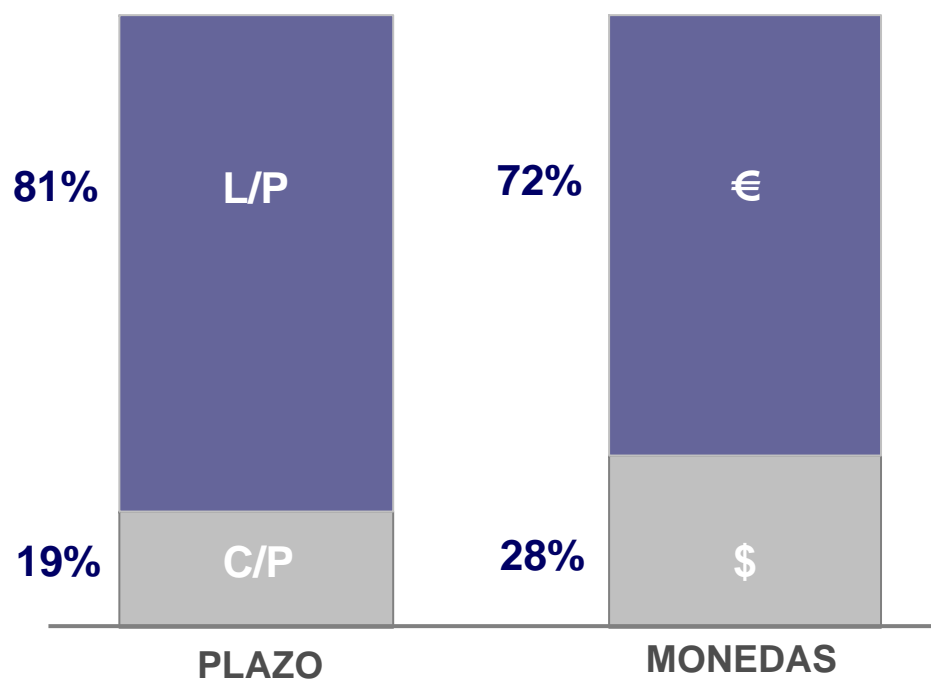


DEUDA Y RATIOS

TOTAL DEUDA NETA: 516 Millones €

Ratios 2003

Estructura



Deuda neta/Ebitda: 2,3 veces

Deuda neta*/Ebitda: 1,6 veces

Deuda neta/Fondos propios: 78%

Deuda neta*/Fondos propios: 54%

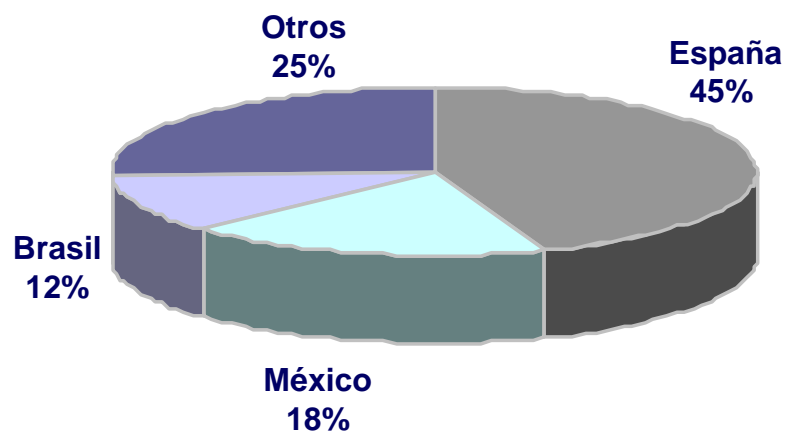
Coste medio de la deuda: 2,5%

* Excluyendo Emisión Bonos Canjeables (162 M€)

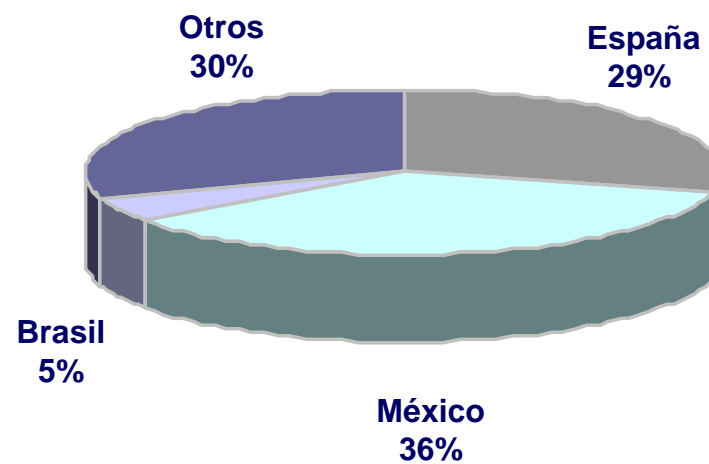
Grupo Santillana

RESULTADOS 2003: Ingresos y EBIT por países

Ingresos de Explotación: 334 Millones €



EBIT: 36 Millones €



2003: Buenos resultados en época de crisis

	% crecimiento PIB		% crecimiento venta de Santillana ⁽¹⁾	
	España	Latam	España	Latam
2002	2,0%	(0,6%)	11,8%	31,0%
2003	2,4%	1,2%	0,8%	13,0%
Acumulado 2002-2003	4,4%	0,6%	12,7%	48,0%

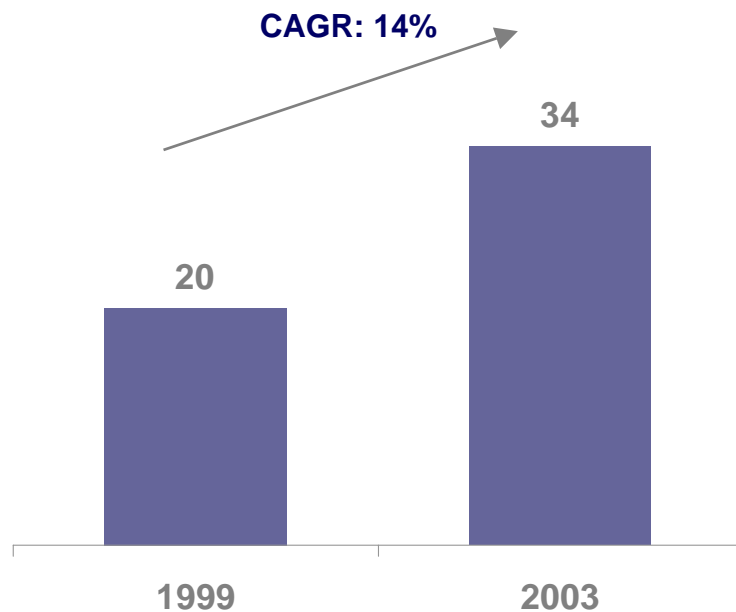
⁽¹⁾ Venta en ejemplares

TEXTO: Liderazgo global indiscutible

País	Cuota Santillana sobre mercado objetivo	Posición en el Ránking
España	16%	1º
México (Preescolar a Secundaria)	35%	1º
Brasil		
Privado	17%	2º
Público	10%	4º
Colombia	19%	2º
Chile	21%	1º
Perú	12%	1º

IDIOMAS: Una línea de claro crecimiento

Cifra de Negocio (Millones euros)

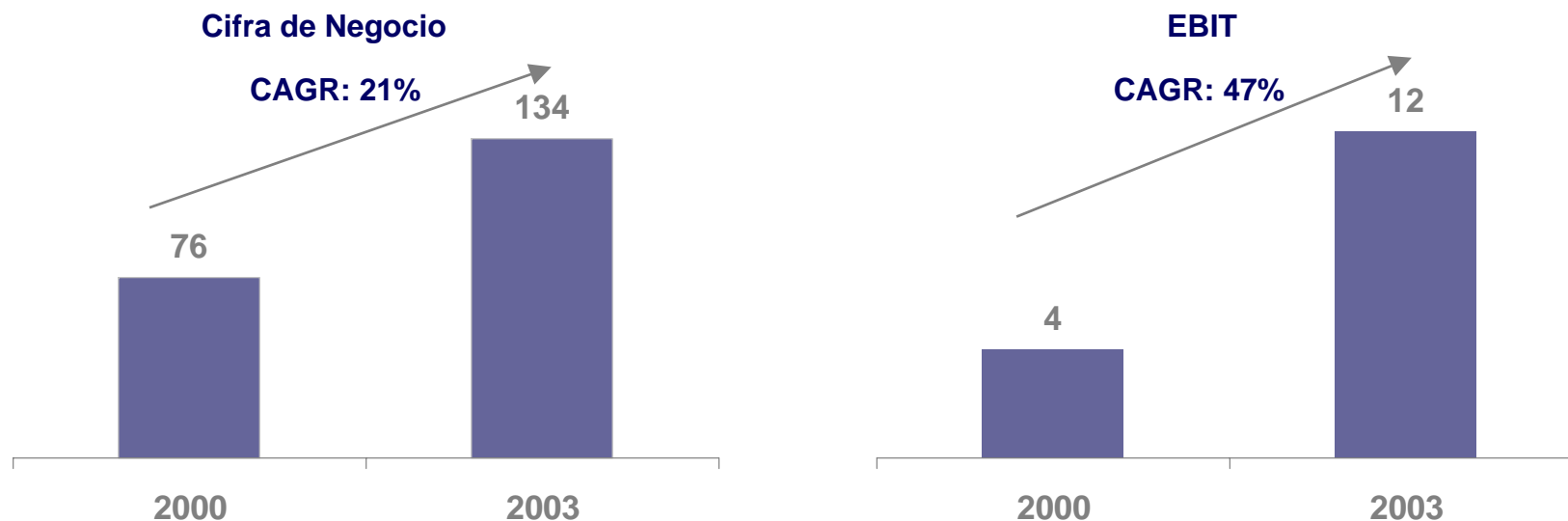


Posición en los principales mercados (2003)

País	Cuota	Posición
España	10%	5°
México	19%	2°
Brasil	19%	1°
Colombia	20%	3°
Chile	18%	4°
Perú	16%	2°

BRASIL: Una estrategia acertada

(Datos en millones de reales)



	Cuota venta mercado		Cuota venta Gobierno	
	Campaña 2001/02	Campaña 2002/03	PNLD 2000	PNLD 2003
Texto	14,2%	16,4%	3,4%	9,6%
Idiomas	15,7%	18,8%		

SANTILLANA EN RED: En la vanguardia de la educación

Plataformas escolares

Desarrollo de contenidos

Proyecto compartido al 50% con Prisacom

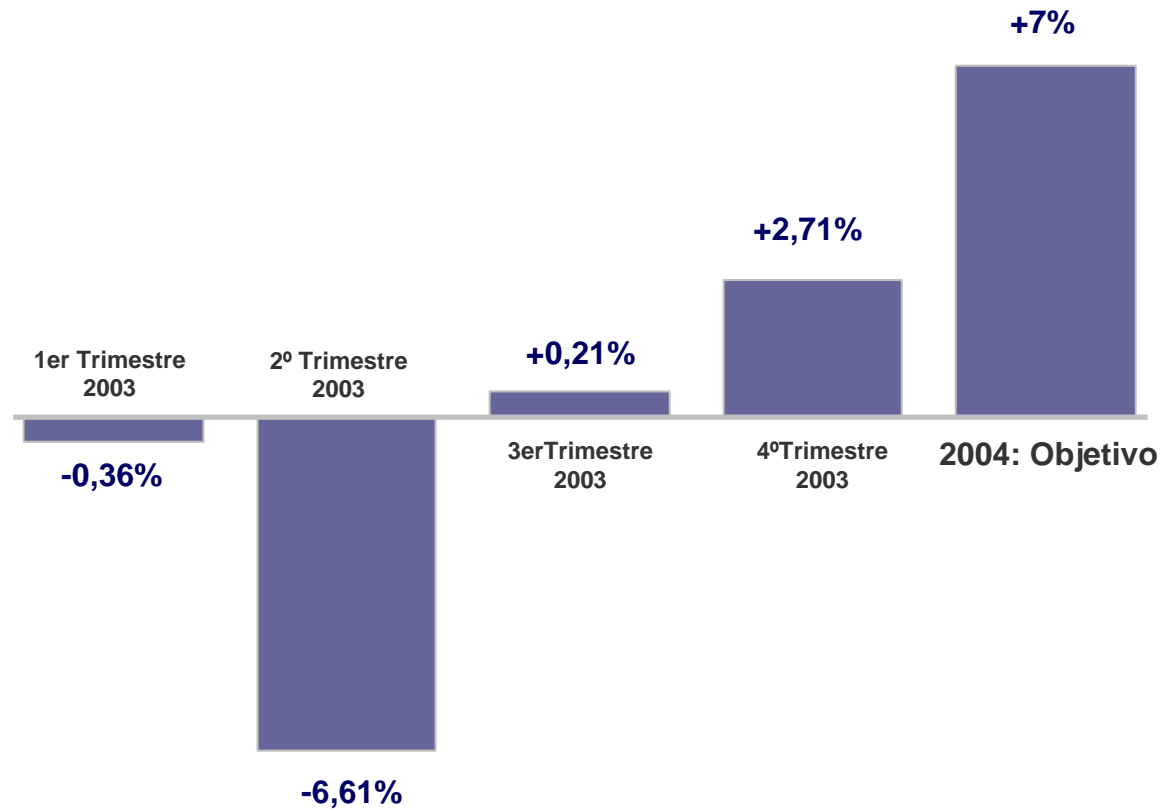
Inversión prevista 2003-2010: 12,7 MM €

El País

Pedro García Guillén

Primer periódico en castellano del mundo
y único periódico global en español

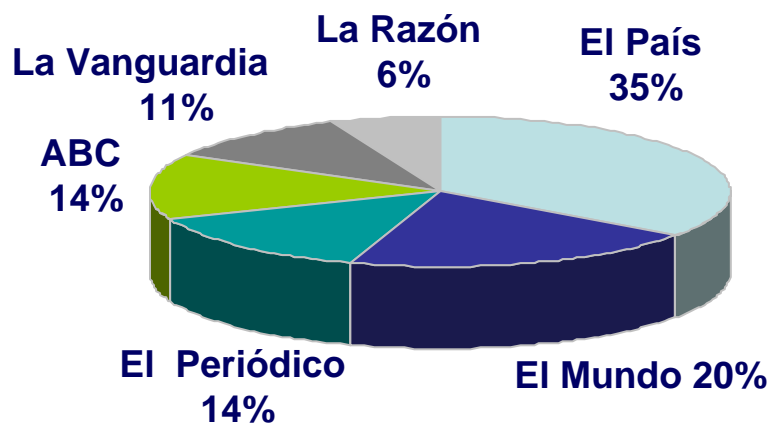
INVERSIÓN PUBLICITARIA: Variaciones trimestrales 2003/2002 y objetivo 2004



- El mercado publicitario está iniciando una fase de recuperación
Objetivo de EL PAÍS: Incrementar la cuota un 5% en los próximos tres años.

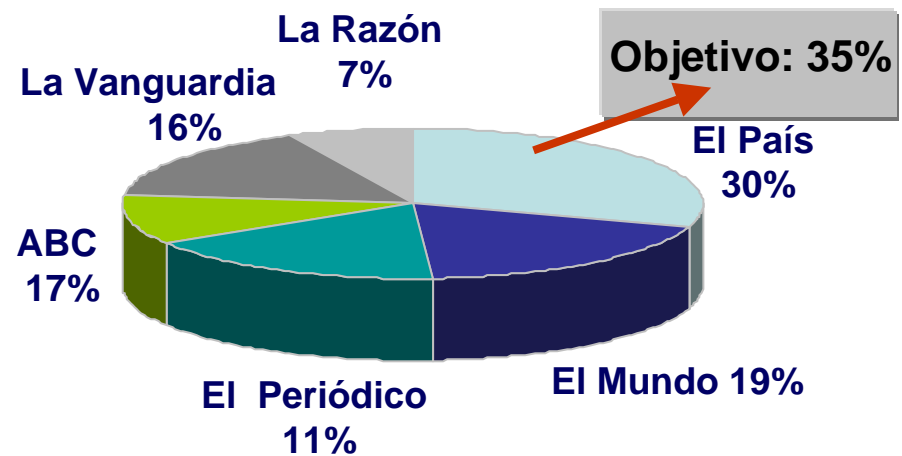
Diarios difusión nacional

Cuotas Audiencia 2003



Fuente: Acum.Móvil Feb/Nov 2003 EGM

Cuotas Inversión publicitaria 2002



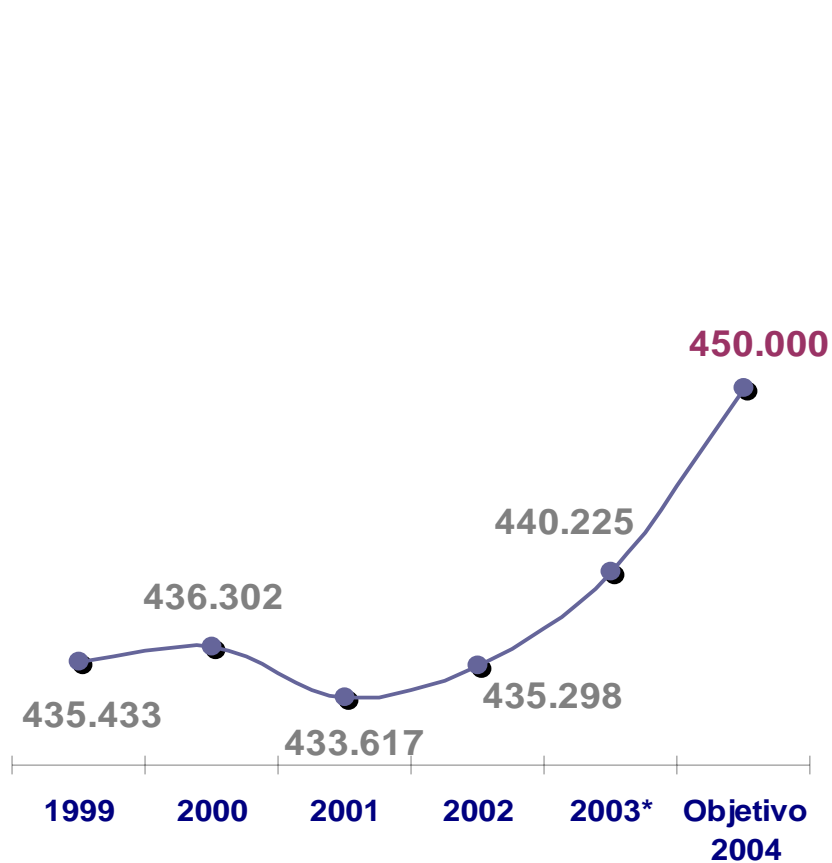
Fuente: Revista Control Mayo 2003 (Datos Infoadex)

INVERSIÓN PUBLICITARIA: Estrategias de crecimiento de El País

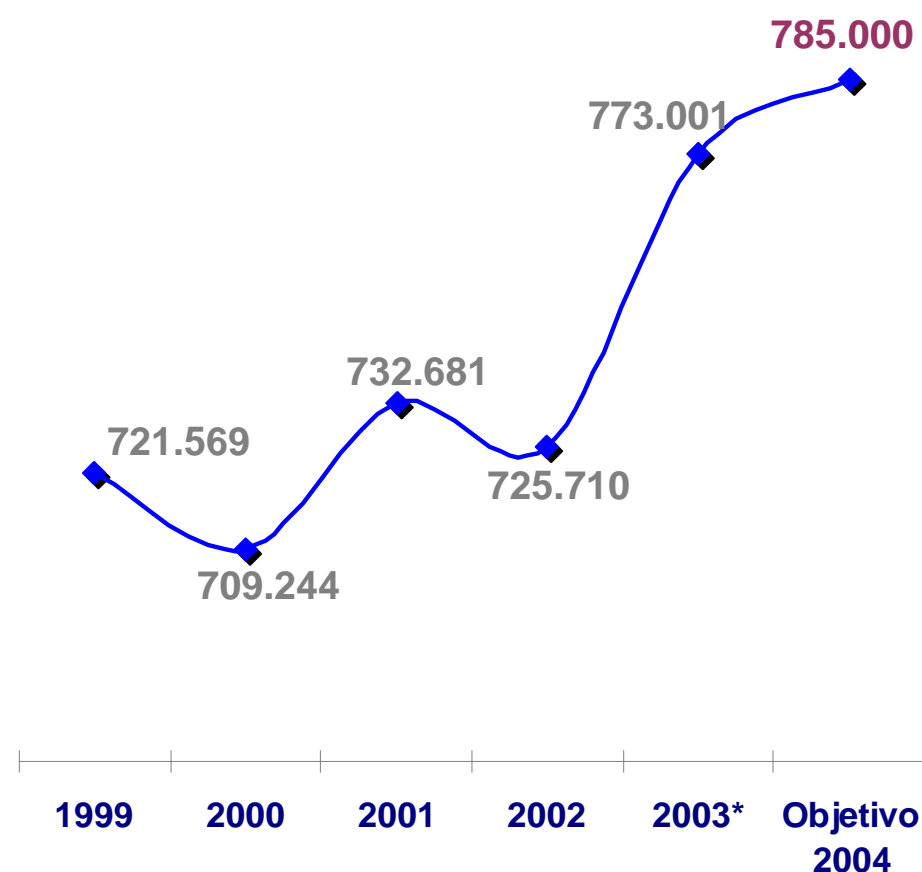
- 1. Captación de nuevas líneas de publicidad.**
- 2. Creación de una fuerza de ventas específica para captación de publicidad local en Madrid y Barcelona.**
- 3. Venta cruzada con otros medios del Grupo.**

DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Situación del mercado

Evolución Difusión Diario El País



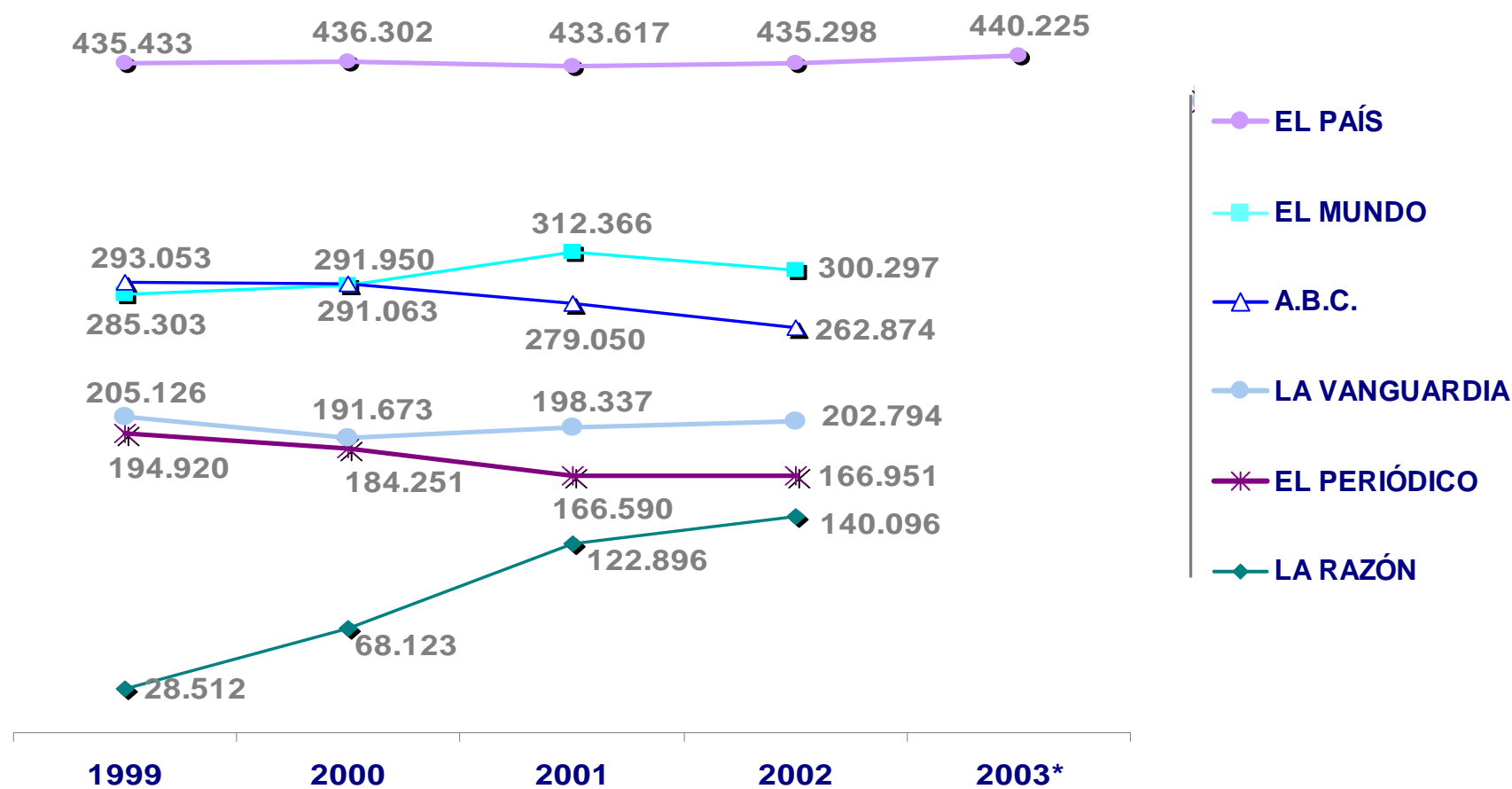
Evolución Difusión EPS



2003*: Pendiente de control de OJD

DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Situación del mercado

EL PAÍS vs. la competencia: Difusión

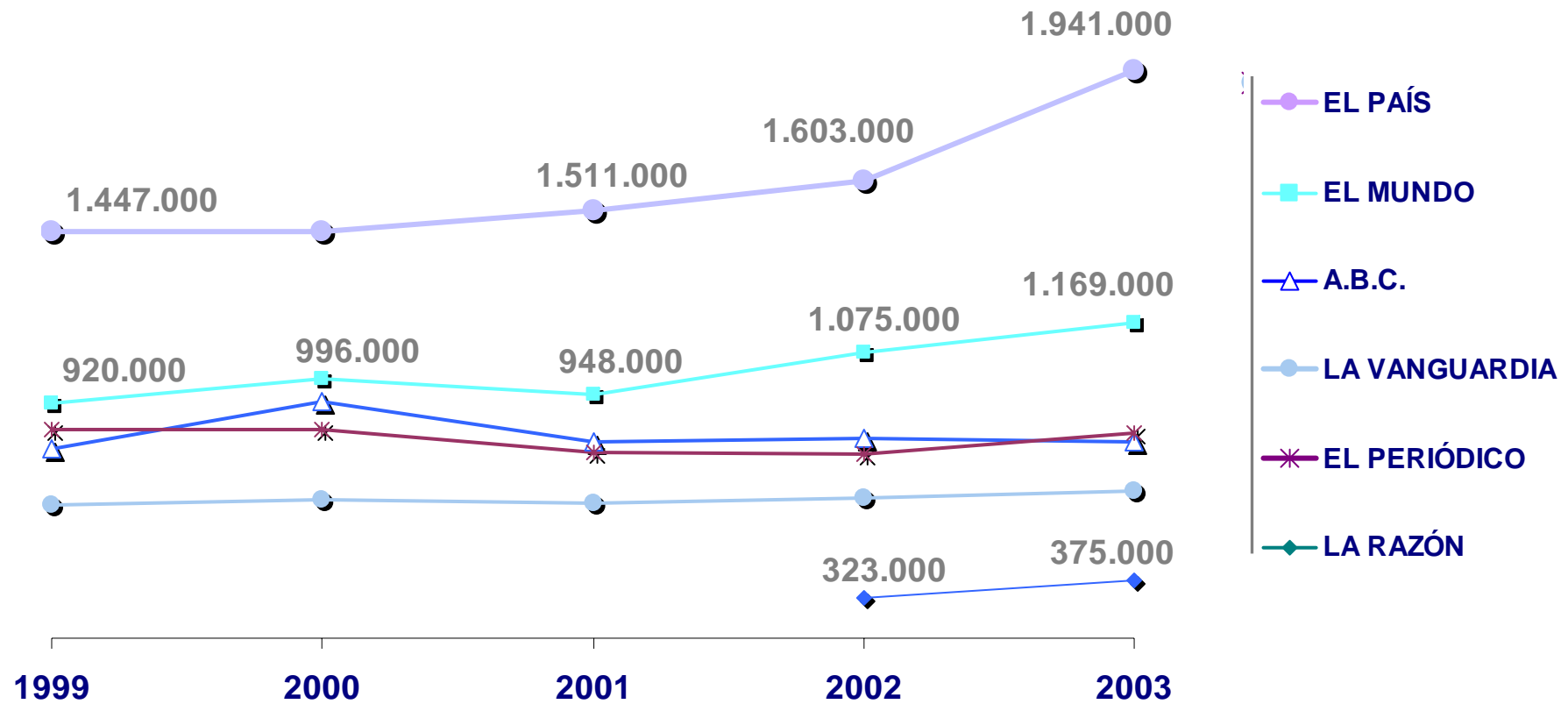


2003*: Pendiente de control de OJD

Fuente: OJD

DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Situación del mercado

EL PAÍS vs. la competencia: Audiencia



Fuente: EGM



DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Estrategias de crecimiento de El País

- 1. Impulso de las suscripciones individuales**
- 2. Captación de lectores jóvenes**
- 3. Crecimiento internacional**

DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Estrategias de Crecimiento de El País

Captación de Suscripciones Individuales

Objetivo: incrementar un 37% el número de suscripciones.

Dic. 2002	Dic. 2003*	Var. Interanual	Objetivo Dic. 2004	Var. Interanual
11.415	15.273	34%	21.000	37%

Fuente: OJD y Acta del Editor

** 2003: pendiente auditoría OJD.*

DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Estrategias de Crecimiento de El País

Captación de lectores jóvenes: programas específicos

- El País de los Estudiantes
- El País de la Universidad
- Tentaciones



DIFUSIÓN Y AUDIENCIA: Estrategias de Crecimiento de El País

Crecimiento internacional

- **Incremento de ventas en Europa.**
- **Incremento de ventas en América.**
- **A través de:**
 - **Mejora de contenidos**
 - **Mejora de distribución**
 - **Acciones de captación de suscripciones**

PROMOCIONES: Nueva línea de negocio

Febrero 2004

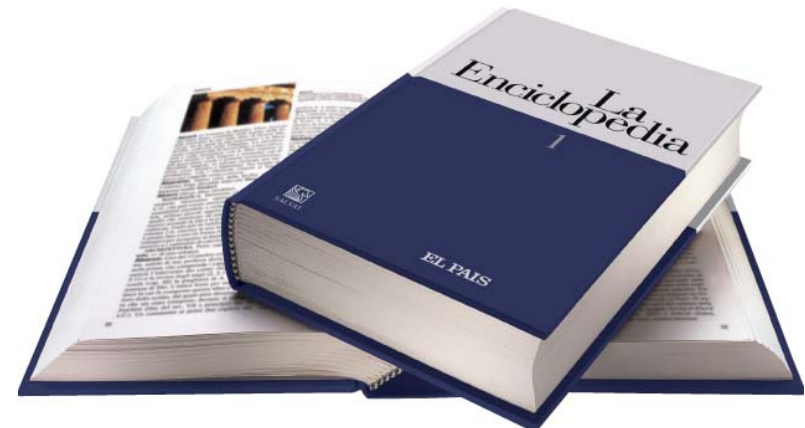
Aventuras



Un País de Cine 2



La Enciclopedia





PROMOCIONES: Nueva línea de negocio

▪ Año 2003:

- **EBIT 2,7 Millones € (3,2% del EBIT)**
- **37.000 ejemplares de incremento de difusión del periódico**

▪ Año 2004:

- **Objetivo: 15% del EBIT**
- **40.000 ejemplares de incremento de difusión del periódico**

Medios Internacional

Jaime Polanco

COBERTURA DE GLR

El **Grupo Latino de Radio** está presente en 7 países, con cerca de 300 estaciones de radio y una audiencia agregada que supera los 11 millones de oyentes





MODELO DE RADIO

El modelo de Radio de GLR se basa en:

- Expansión de **marcas globales.**
- Aprovechamiento de las **sinergias informativas y musicales.**
- Incremento **de cobertura.**

MARCAS GLOBALES

GLR ha apostado por la implantación de tres **formatos base, comunes** a todos los países en los que el grupo tenga presencia:

Radio Hablada



Radio Musical





Marcas Globales: FORMATOS GLR 2004

		COLOMBIA	MÉXICO	CHILE	COSTA RICA	PANAMÁ	MIAMI (EEUU)
RADIO MUSICAL	Formato Global						
							
RADIO HABLADA	Formato Global						



SINERGIAS EN INFRAESTRUCTURA Y CONTENIDOS

- W Radio como proveedor de servicios informativos de gran importancia.
- Grupo PRISA es el primer grupo radiofónico en castellano: **Cadena SER (ESPAÑA), W Radio (MEXICO, CHILE,) y Radio Caracol (COLOMBIA).**



- Acceso a contenidos y recursos únicos.

RESULTADOS EN AUDIENCIAS: Éxito en Evolución de Audiencias

- **Colombia:** 7 millones de oyentes. Líder indiscutible.
- **México:** 3,4 millones de oyentes. Crecimiento de audiencias en 2003: W Radio (+ 47%), los 40P (+ 58%) y Bésame(+ 39%).
- **Chile:** 300 mil oyentes. W Radio (+ 33%), los 40P (+ 83%) y Bésame (+ 140%).
- **Miami:** más de 500 mil oyentes. Caracol Miami alcanzó el liderazgo en AM en Miami en el 2003.



PLAN DE EXPANSIÓN DE GLR

- **Objetivo de GLR:** alcanzar liderazgo en América Latina.
- **Inversión estimada** para los próximos tres años: 175 millones de euros.
- **Países prioritarios:** Colombia, México, Brasil, Argentina y EEUU.
- **Asociación con grupos locales líderes en medios** y entrada en nuevos mercados a través de adquisiciones y afiliaciones.

Televisión Local y Autonómica

Augusto Delkader

LA TV LOCAL EN ESPAÑA

- 897 televisiones locales
 - 520 en tres Comunidades Autónomas
 - Valencia
 - Cataluña
 - Andalucía

- **LOCALIA: 76 emisoras**



CONDICIONES DE LA LEY

- **Se puede participar a la vez en una cadena nacional y en cadenas locales/autonómicas.**
- **Se puede emitir en cadena hasta 5 horas diarias.**
- **La emisión es analógica hasta 2006 y se puede prorrogar por el gobierno.**



LOCALIA

- **Sabemos hacer televisión: Canal +, Canal Satélite Digital...**
- **Es una operación con La SER y socios locales.**
- **Oportunidad de hacer venta cruzada con la radio y periódicos del Grupo.**



LOCALIA

▪ ESTRUCTURA

- Una sociedad holding con 4 socios: Marco Polo, Banco Pastor, Ibersuizas y Agrurasa.
- 68 Sociedades: 38 participadas y 30 asociadas.
- 76 emisoras.

▪ CONVENIO MARCO

- Regulación de relaciones entre Pretesa y los miembros de la Red.

▪ PROGRAMACIÓN

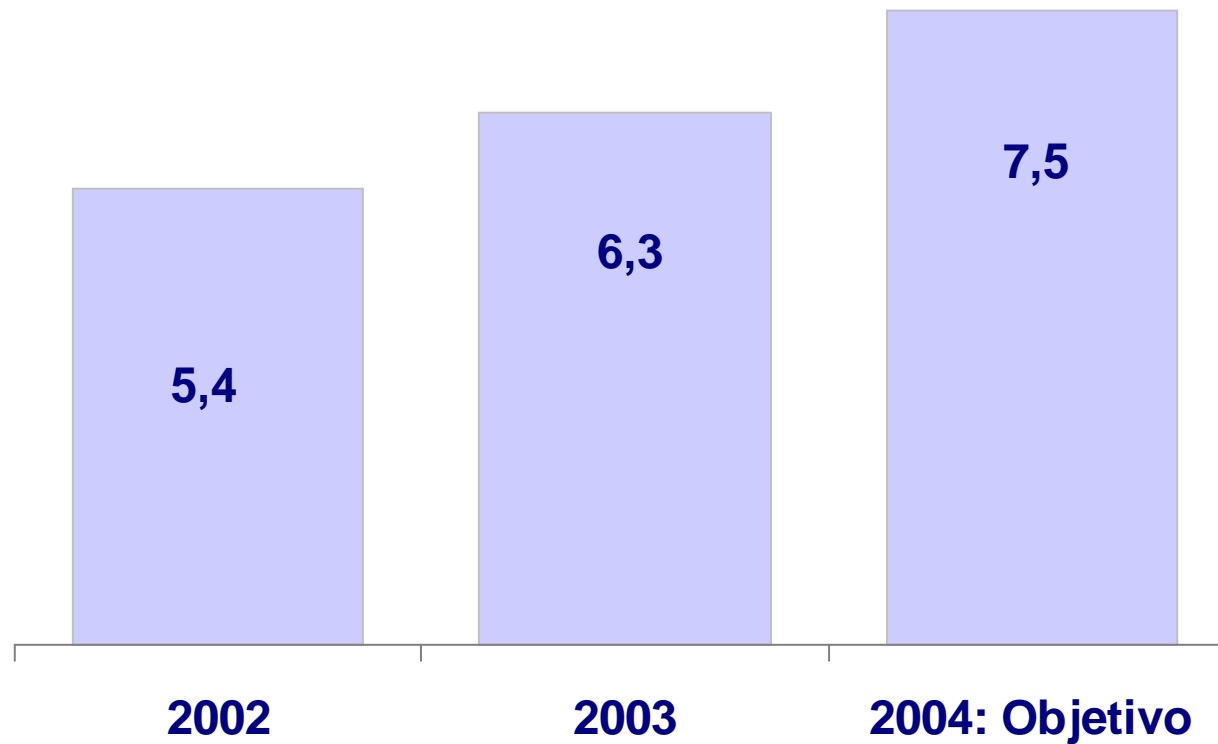
- Emisión en cadena.
- Programación local.
- Gran oferta deportiva y de cine.

LOCALIA: Principales Magnitudes

- **INVERSIÓN GRUPO PRISA: 36 M€**
- **INGRESOS PUBLICIDAD 2003: 8,3 M€(+68,3%).**
- **MEJORA DE EBIT EN 2003: 22,6%.**
- **EXPECTATIVAS DE GRAN CRECIMIENTO EN LA OPERACIÓN SINÉRGICA CON LA RADIO.**
- **INVERSIÓN PREVISTA EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS: 14 M€**

LOCALIA: Evolución de Audiencias

(Millones)



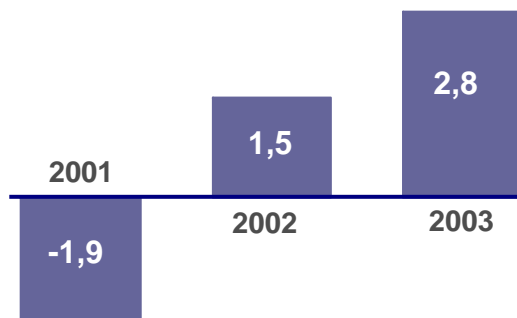
TELEVISIONES AUTONÓMICAS

- 12 canales autonómicos actuales.

Evolución del EBIT

(Millones €)

- Televisión de Canarias.



- Concurso de Navarra adjudicado.

- Próximos concursos:

Extremadura

Aragón

Asturias



Grupo PRISA

RESULTADOS ANUALES 2003

27 de febrero de 2004



GRUPO PRISA: REALIZACIONES 2003 Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

- **Etapa de ordenación y ajuste terminada.**

- **Bien situados cara a nuevas oportunidades de crecimiento**

- **2004:**
 - **Crecimiento de la publicidad**
 - **Mejora de las difusiones**
 - **Latam, positiva evolución**
 - **Crecimiento de EBIT en dos dígitos**
 - **Continúa la inversión en Sogecable**
 - **Prisacom**



**GRUPO PRISA: REALIZACIONES 2003
Y PERSPECTIVAS DE FUTURO**

- **Con crecimiento orgánico, el Grupo en los próximos cinco años:**
 - **Más que doblará el EBIT (en 2007)**
 - **Crecimiento medio acumulado de la rentabilidad del activo (17%)**
 - **Consecución de margen EBIT/Ingresos superior al 17%**