



## RESULTADOS ENERO-MARZO 2002

---

### **PRISA FACTURÓ 279,5 MILLONES DE EUROS CON UN RESULTADO DE EXPLOTACIÓN DE 22,66 Y UN BENEFICIO NETO DE 32,8 MILLONES**

Los primeros meses del ejercicio 2002 han transcurrido en un entorno económico complejo en el que se mantienen parecidos elementos de incertidumbre que los registrados durante los últimos meses del ejercicio 2001.

**El mercado publicitario español** ha continuado decreciendo. No obstante, ha mostrado una desaceleración en su tendencia, mejorando de manera notoria el comportamiento experimentado en el último trimestre del ejercicio anterior.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que en este año la Semana Santa- período en que se reducen notablemente las inversiones publicitarias en España- ha coincidido en el primer trimestre, mientras que en 2001 tuvo lugar en el segundo, por lo que la comparación de ambos trimestres no es homogénea.

El conjunto de los ingresos publicitarios del Grupo ha experimentado un descenso del 2,5% frente a una disminución del 12% en los últimos meses del año 2001. Durante este primer trimestre, Prisa se ha comportado mejor que el mercado, cuya caída según estimación propia ha sido del 9,5%.

**En Latinoamérica**, destacan los difíciles momentos que atraviesa la economía Argentina. La capacidad de compra de la población se ha visto mermada considerablemente, impactando negativamente en el consumo.

Santillana, la unidad editorial y de educación, concentra sus ventas en el cono Sur durante los primeros meses del año, por lo que es la Unidad de negocio de mayor contribución a los resultados consolidados del Grupo durante el primer trimestre del ejercicio. El peor comportamiento de Argentina ha quedado reflejado en sus cuentas con una caída de ingresos del 17%. A excepción de Argentina, el resto de países del área- principalmente Brasil y Chile- han mostrado un buen comportamiento, con crecimientos tanto a nivel de ingresos como de resultados de explotación.

Para las campañas de educación que se realizarán en el tercer trimestre del ejercicio (principalmente México y España) existen buenas perspectivas.

**Desde el punto de vista operativo**, comienza ya a reflejarse el esfuerzo en el **ahorro de costes**, traducido en una mejora significativa del resultado de explotación de El País, la Radio y la prensa Especializada y Regional.

**PRINCIPALES MAGNITUDES FINANCIERAS**

Con la excepción de Santillana/Argentina, el resto de negocios del grupo han mostrado una tendencia favorable. Por ello, presentamos la evolución de las principales magnitudes del grupo en dos escenarios diferentes: con y sin Argentina.

**Cuenta de resultados consolidada incluyendo Argentina**

Las principales magnitudes financieras del Grupo durante los primeros tres meses del ejercicio 2002 se muestran a continuación:

	<b>Enero-Marzo 2002</b> Millones €	<b>Enero-Marzo2001</b> Millones €	<b>Variación</b> %
<b>Ingresos</b>	<b>279,47</b>	<b>293,38</b>	<b>(4,7)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>40,07</b>	<b>52,94</b>	<b>(24,3)</b>
<b>EBIT</b>	<b>22,66</b>	<b>35,76</b>	<b>(36,6)</b>
Resultado financiero	(5,45)	(3,76)	(45,1)
Resultado puesta en equivalencia	(1,16)	3,88	-
Amortización fondo de comercio	4,00	6,05	(33,9)
<b>Resultado actividades ordinarias</b>	<b>12,05</b>	<b>29,83</b>	<b>(59,6)</b>
Resultado extraordinario	(6,72)	16,80	-
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>5,32</b>	<b>46,63</b>	<b>(88,6)</b>
Impuesto sobre beneficios	(27,57)	14,26	-
Resultado atribuido socios externos	0,14	0,52	(74,0)
<b>Resultado neto</b>	<b>32,76</b>	<b>31,85</b>	<b>2,8</b>

**Cuenta de resultados consolidada excluyendo Argentina**

*La estacionalidad de las campañas de educación descrita con anterioridad hace que la contribución de Argentina a las cuentas consolidadas del grupo durante los primeros tres meses del año sea elevada. Dada la singularidad de la situación Argentina es de interés reflejar el comportamiento de las principales magnitudes del Grupo excluyendo tanto en 2002 como en 2001 las cifras procedentes de dicho país.*

	<b>Enero-Marzo 2002</b> Millones €	<b>Enero-Marzo2001</b> Millones €	<b>Variación</b> %
<b>Ingresos</b>	<b>274,9</b>	<b>264,5</b>	<b>4,0</b>
<b>EBIT</b>	<b>20,96</b>	<b>20,86</b>	<b>1,7</b>
<b>Resultado neto</b>	<b>31,06</b>	<b>17,15</b>	<b>81,1</b>

**EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO**

**Los ingresos de explotación** descienden un 4,7% alcanzando 279,19 millones de euros, frente a los 293,38 millones de euros del primer trimestre de 2001.

El desglose de los ingresos por línea de actividad es el siguiente:

	<b>Enero- Marzo 2002</b>	<b>Contribución</b>	<b>Enero- Marzo 2001</b>	<b>Contribución</b>	<b>Variación</b>
	<b>Millones €</b>	<b>%</b>	<b>Millones €</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Ventas de publicidad	101,18	36	103,79	35	(2,5)
Venta de libros y derechos	84,11	30	101,96	35	(17,5)
Venta de periódicos	55,92	20	51,61	18	8,4
Otros ingresos	38,26	14	36,02	12	6,2
<b>Total cifra de negocio</b>	<b>279,47</b>	<b>100</b>	<b>293,38</b>	<b>100</b>	<b>(4,7)</b>

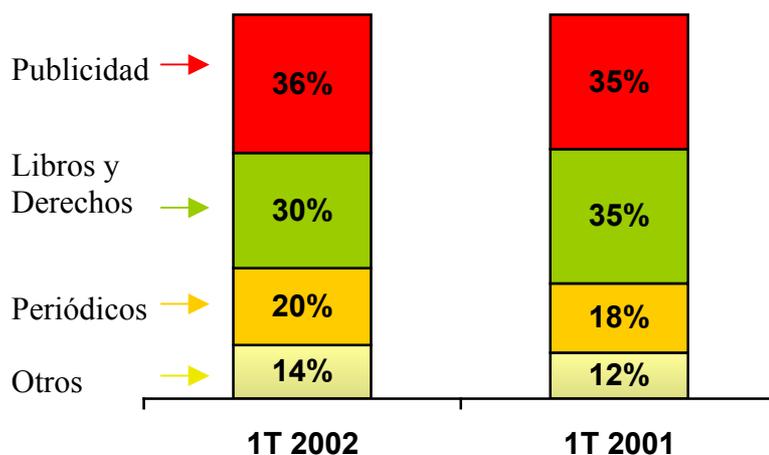
- **Las ventas de publicidad** disminuyen un 2,5%, mostrando una mejora respecto al último trimestre del ejercicio anterior donde la caída experimentada fue del 12%.  
En el primer trimestre de 2001 la publicidad todavía experimentó crecimientos del orden del 3%, empeorando a partir del segundo trimestre. A medida que avancemos en el año, la base de comparación tenderá a ser más favorable.
- **Las ventas de libros y derechos** experimentan un descenso del 17,5% debido exclusivamente a la peor contribución de Argentina.  
Sin el efecto Argentina, las ventas de libros y derechos crecen un 8%. Las campañas de educación en el resto de países de Latinoamérica muestran buen comportamiento, destacando Brasil y Chile que han incrementado sus ingresos un 14,35% y un 25,04%, respectivamente, durante este período.
- **Las ventas de periódicos y revistas** crecen un 8,4%. Destaca fundamentalmente el incremento de la difusión, tanto diaria como semanal, de El País.  
A partir del 4 de marzo de 2002 se incrementó el precio del diario El País de 0,90€ a 1 €, sin que se haya registrado impacto desfavorable alguno en la difusión.

Las difusiones medias diarias de los principales periódicos durante el primer trimestre del ejercicio 2002 han sido las siguientes:

	<b>Enero-Marzo 2002</b>
<b>El País</b>	<b>447.635</b>
<b>As</b>	<b>159.199</b>
<b>Cinco Días</b>	<b>26.390</b>

- **Los otros ingresos de explotación** se incrementan en un 6,2%. Esta mejora obedece a los ingresos procedentes de las televisiones locales que han crecido en 2,9 millones de euros respecto al mismo período del ejercicio anterior.

La contribución al total de los ingresos por línea de actividad se ha visto modificada fundamentalmente debido a Santillana, que ha pasado de un 35 % en el ejercicio anterior a un 30%. La contribución de los ingresos de publicidad se ha mantenido prácticamente igual.



**El EBITDA** se sitúa en 40,1 millones de euros, con una caída del 24,3% frente al primer trimestre de 2001.

**El resultado de explotación (EBIT)**, alcanza los 22,7 millones de euros, frente a los 35,8 millones de euros registrados durante el mismo período del ejercicio anterior, lo que supone una caída del 36,6%. Ello se explica por:

- El peor comportamiento de los ingresos procedentes de las ventas de libros, afectados de forma singular por la crisis en Argentina.
- La todavía negativa evolución del mercado publicitario
- La contribución negativa de los nuevos negocios aún en fase de desarrollo: televisiones locales, Prisacom y prensa regional.

Se refleja el cambio en el período de amortización de algunos de los fondos de comercio que ha pasado a ser de 20 años.

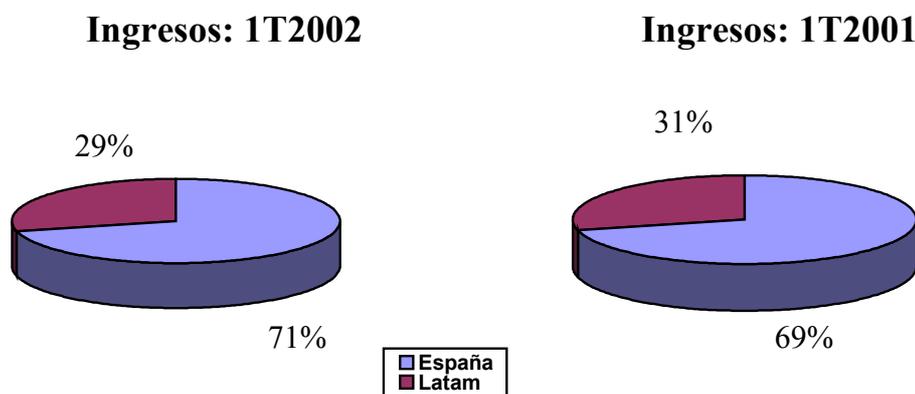
Los **gastos extraordinarios** ascienden a 6,7 millones de euros y corresponden especialmente a indemnizaciones por ajustes de plantilla y a dotaciones de provisiones por inversiones financieras. La diferencia con el ejercicio anterior obedece a los ingresos extraordinarios de 25 millones de euros registrados en marzo de 2001 procedentes de la venta de red de alta frecuencia a Medialatina.

De acuerdo con lo establecido por las nuevas normas contables del ICAC, en marzo de 2002 se han registrado los ingresos por deducciones fiscales pendientes, correspondientes al 25% de las inversiones realizadas en el 2001 en Moderna y Radiópolis. Estos ingresos ascendieron a 27,57 millones de euros.

**El beneficio neto alcanza los** 32,76 millones de euros frente a los 31,85 millones de euros registrados en el primer trimestre de 2001, lo que supone un incremento del 2,8%.

**CONTRIBUCIÓN DE LATINOAMÉRICA**

La distribución de los ingresos por origen geográfico, durante el primer trimestre del ejercicio 2001, ha sido la siguiente:



Alrededor del 90% de los ingresos del Grupo generados en Latinoamérica proceden del negocio editorial de Santillana, mientras que el resto corresponde en su mayor parte a las actividades de Radiópolis en México, GLR y Garafulic en Bolivia.

**INVERSIONES**

El desglose de las inversiones por Unidad de Negocio, durante el primer trimestre del ejercicio 2002, ha sido el siguiente:

INVERSIONES 1T 2002	Mm €
Editorial	8,8
Prensa España	4,9
El País	4,1
Radio	2,4
TV locales	2,1
Prisa y Otros	9,7
<b>Total</b>	<b>32,0</b>

La Deuda neta a marzo de 2002 asciende a 391,2 millones de euros frente a 370 millones de euros a finales del ejercicio 2001.

## EVOLUCION POR UNIDADES DE NEGOCIO

Con el objeto de presentar la información en línea con la nueva organización, hemos procedido a realizar algunos cambios a la hora de presentar por Unidades de negocio la información económico financiera.

Los principales cambios son:

- 1) Creación de Unidad de Medios Internacional, que incluye las actividades de GLR, Radiópolis y Garafulic
- 2) Separación de la Distribución, anteriormente registrada en Prensa Especializada.

El resto de Unidades no experimentan cambios

Teniendo en cuenta esta nueva estructura, en la evolución de los ingresos y el resultado de explotación de las distintas Unidades de Negocio del Grupo durante el primer trimestre del ejercicio 2002 es importante resaltar:

- **El País** mejora en un 8% su resultado de explotación a pesar de la caída de los ingresos publicitarios.
- **La Radio** continúa con ingresos crecientes y presenta mejoras del resultado de explotación del 16%
- Fuerte crecimiento de los ingresos de **Medios Internacional** que incluye por primera vez las cifras procedentes de Radiópolis
- La estacionalidad de las ventas de educación hace que el peor comportamiento de Argentina quede recogido en **las cuentas de Santillana** en el primer trimestre del ejercicio por lo que las ventas disminuyen un 17%.
- **Prensa Especializada y Regional mejora su margen** pese a la caída de los ingresos, debido al esfuerzo en contención de costes que se refleja fundamentalmente en los negocios de prensa regional y en Diario As

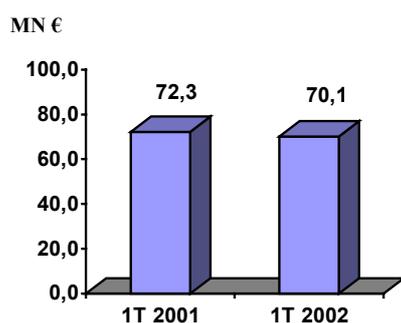
<b>INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</b>			
Millones de euros			
	<b>Enero-Marzo 2002</b>	<b>Enero-Marzo 2001</b>	<b>Var (%)</b>
<b>El País</b>	70,10	72,26	(3,0)
<b>Prensa Espec y Regional</b>	23,27	24,63	(5,5)
<b>Radio</b>	40,98	40,61	0,9
<b>TV locales</b>	3,51	0,53	-
<b>Medios Internacional</b>	7,79	4,96	57,1
<b>Educación y Formación</b>	86,81	105,13	(17,4)
<b>Prisacom</b>	2,64	2,09	26,5
<b>Música</b>	4,30	4,23	1,6
<b>Impresión</b>	25,45	25,68	(0,9)
<b>GDM</b>	17,90	19,72	(9,2)
<b>Distribución</b>	41,20	38,46	7,1
<b>Otros</b>	4,58	4,50	1,8
<b>Ajustes de consolidación</b>	(49,06)	(24,26)	-
<b>TOTAL</b>	<b>279,47</b>	<b>293,38</b>	<b>(4,7)</b>

<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)</b>			
Millones de euros			
	<b>Enero-Marzo 2002</b>	<b>Enero-Marzo 2001</b>	<b>Var (%)</b>
El País	13,03	12,07	7,9
<b>Margen s/vtas</b>	<b>18,6%</b>	<b>16,7%</b>	
Prensa Espec. y Regional	(2,68)	(3,42)	21,8
<b>Margen s/vtas</b>	<b>(11,5%)</b>	<b>(13,9%)</b>	-
Radio	4,87	4,19	16,2
<b>Margen s/vtas</b>	<b>11,9%</b>	<b>10,3%</b>	
TV local	(3,01)	(2,22)	(35,9)
<b>Margen s/vtas</b>	<b>(85,8%)</b>	-	
Medios Internacional	(1,81)	(0,4)	-
<b>Margen s/vtas</b>	<b>(23,3%)</b>	<b>(8,1%)</b>	
Educación y Formación	14,38	24,68	(41,7)
<b>Margen s/vtas</b>	<b>16,6%</b>	<b>23,5%</b>	
Prisacom	(3,28)	(2,30)	(42,5)
<b>Margen s/vtas</b>	-	-	
Música	(1,74)	(0,97)	78,7
<b>Margen s/vtas</b>	<b>(40,4%)</b>	<b>(23%)</b>	
Impresión	2,92	3,52	(16,9)
<b>Margen s/vtas</b>	<b>11,5%</b>	<b>13,7%</b>	
GDM	0,67	1,08	(38,0)
<b>Margen s/vtas</b>	<b>3,7%</b>	<b>5,5%</b>	
Distribución	0,07	0,03	-
<b>Margen s/vtas</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,1%</b>	
<b>Otros</b>	(0,74)	(0,5)	-
<b>TOTAL</b>	<b>22,66</b>	<b>35,76</b>	<b>(36,6)</b>

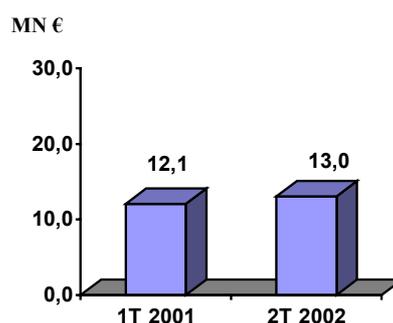
**EL PAÍS**

	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	70,10	72,26	(3,0)
Total gastos explotación	57,07	60,19	(5,2)
EBIT	13,03	12,07	7,9
%/Ventas	18,6%	16,7%	
EBITDA	15,77	14,62	7,9

Ingresos de explotación



Resultado de explotación (EBIT)



- **Los ingresos publicitarios**, que representan un 53% del total de los ingresos de explotación, experimentan una caída del 11,4% con respecto al primer trimestre del ejercicio anterior. La caída de los ingresos por publicidad se ha ralentizado con respecto al ejercicio 2001: en el conjunto del año 2001 fue del 16,1% y la del último trimestre fue del 20,8%.

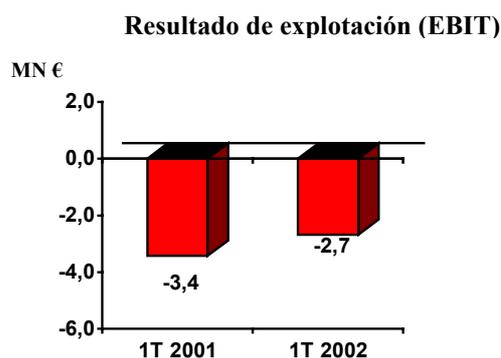
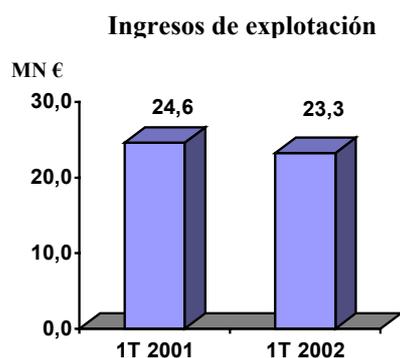
La Semana Santa – periodo en que se reducen notablemente las inversiones publicitarias– ha coincidido en el primer trimestre de este ejercicio, mientras que en 2001 tuvo lugar en el segundo trimestre.

- **Los ingresos por circulación**, que representan un 44% del total de los ingresos, experimentan un crecimiento del 8,4%. A ello han contribuido dos factores:
  - 1) El **incremento en la difusión**. La **difusión media diaria**, experimenta un crecimiento del 1,25% pasando de 442.126 ejemplares en el primer trimestre de 2001 a 447.635 ejemplares en el primer trimestre del presente ejercicio. La **difusión media de EL PAÍS SEMANAL**, se incrementa un 6,24%, desde los 727.072 ejemplares del primer trimestre del año anterior a los 772.419 ejemplares del primer trimestre de 2002.
  - 2) El **incremento en el precio de los ejemplares**. El 4 de marzo de 2002 se ha incrementado el precio del periódico de 0,9 euros a 1 euro sin producirse impacto desfavorable alguno sobre la difusión.

- **El coste del papel**, que supone un 20% del total de los gastos de explotación, ha experimentado una reducción del 7% respecto al mismo trimestre del año anterior.
- 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 mejora del 8% a nivel operativo. Consecuentemente el margen de EBIT sobre ventas se sitúa en el 18,6%, mejorando notablemente en relación al mismo periodo del año anterior.

**PRENSA ESPECIALIZADA Y REGIONAL**

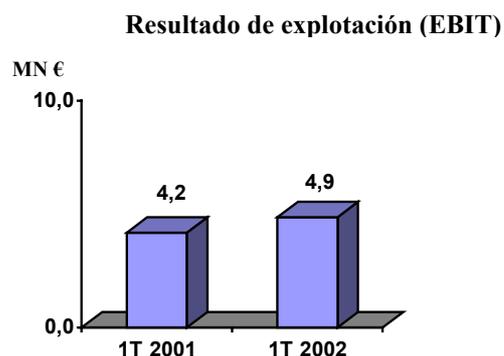
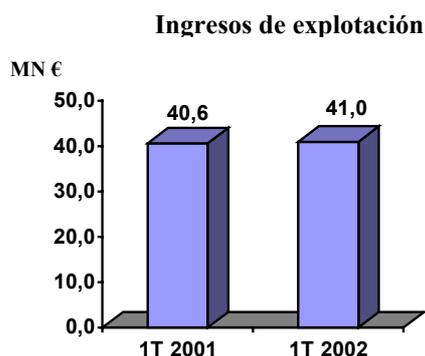
	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	23,27	24,63	(5,5)
Total gastos explotación	25,95	28,05	(7,5)
EBIT	(2,68)	(3,42)	21,6
%/Ventas	(11,5%)	(13,9%)	
EBITDA	(1,96)	(2,42)	18,9



- La sustancial disminución en las pérdidas de explotación obedece fundamentalmente al esfuerzo en la contención de gastos, que se refleja principalmente en la mejora experimentada en la prensa regional y el Diario AS.
- **Diario As** ha alcanzado una difusión media diaria de 159.199 ejemplares, un 1,9% menos que la registrada en el mismo periodo del ejercicio anterior.
- **Incremento del precio** de Diario As de 0,75€ a 0,80€ a partir del 1 de Marzo de 2002
- La difusión media diaria alcanzada por **Cinco Días** ha sido de 26.390 ejemplares, frente a los 28.998 ejemplares alcanzados el mismo trimestre del ejercicio anterior.

**RADIO**

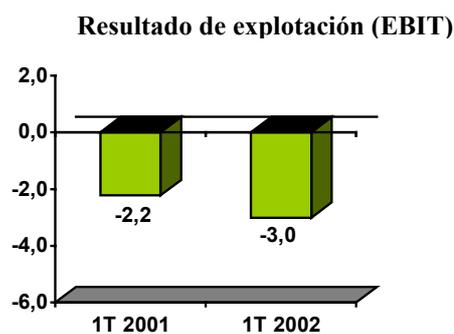
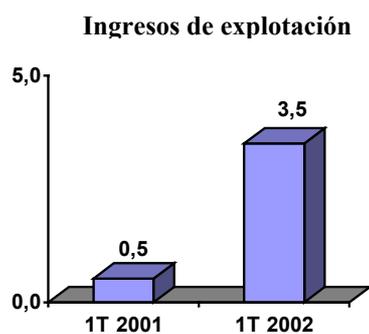
	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	40,98	40,61	0,9
Total gastos explotación	36,12	36,42	(0,8)
EBIT	4,87	4,19	16,2
%/Ventas	11,9%	10,3%	
EBITDA	5,99	5,50	9,0



- El último Estudio General de Medios ha confirmado una vez más el liderazgo absoluto de la SER en todas las franjas horarias en radio convencional, donde roza el record histórico de audiencia en la radiodifusión en España, y en radio fórmulas en donde ocupa los tres primeros puestos por audiencia y resultados.
- Buen comportamiento de los ingresos de explotación, que experimentan un incremento del 0,9% frente a un mercado que continúa decreciendo .
- Menores gastos de explotación, debido principalmente a una reducción en los gastos de amortización por la venta de la red de alta frecuencia en el ejercicio 2001.
- Consecuentemente, **el EBIT mejora sustancialmente** y su margen alcanza el 11,9% frente al 10,3% del ejercicio anterior.
- Creación de MÁXIMA FM, una nueva cadena de emisoras con formato de radiofórmula dedicada en exclusiva a la música “dance”.

**TV LOCALES**

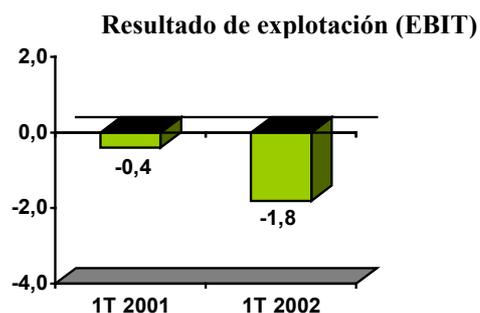
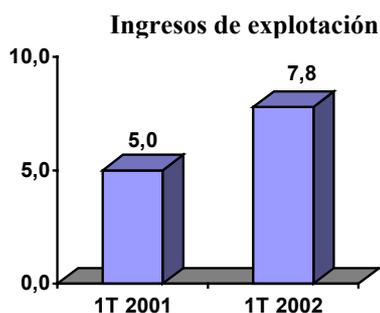
	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	3,51	0,53	-
Total gastos explotación	6,52	2,75	-
EBIT	(3,01)	(2,22)	(35,9)
%/Ventas	-	-	-
EBITDA	(2,47)	(2,05)	(20,1)



- El negocio de las **televisiones locales**, que inició su actividad en el ejercicio 2000, se encuentra en plena fase de expansión y en consecuencia, las principales variaciones con respecto al ejercicio anterior se explican por las incorporaciones de nuevas sociedades al perímetro de consolidación.
- Fuerte incremento de audiencia de la televisión autonómica de Canarias con cuyo ente público se tiene suscrito un contrato de suministro de contenidos.

**MEDIOS INTERNACIONAL**

	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	7,79	4,96	57,1
Total gastos explotación	9,60	5,36	79,2
EBIT	(1,81)	(0,40)	-
%/Ventas	(23,3%)	(8,1%)	
EBITDA	(0,94)	0,25	-



Esta unidad, comprende los negocios de Garafulic en Bolivia, Grupo Latino de Radiodifusión y Radiópolis en México.

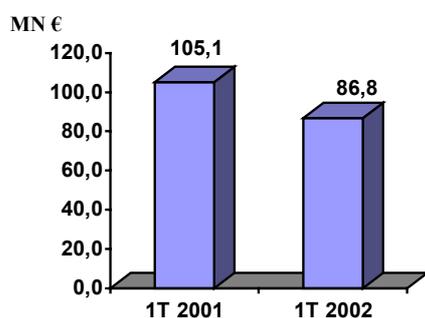
El crecimiento en los ingresos y en los gastos obedece fundamentalmente a la contribución, por primera vez, de Radiópolis que ha comenzado a consolidarse por integración proporcional en el ejercicio 2002.

Con posterioridad al cierre del primer trimestre del ejercicio 2002, Grupo Prisa ha alcanzado un acuerdo con el grupo empresarial y de medios de comunicación Valores Bavaria para aportar a una nueva holding sus acciones de Caracol Radio y de Grupo Latino de Radiodifusión. La nueva holding quedará participada por Prisa al menos en un 60%. De esta forma, se da un paso fundamental en la constitución de la Cadena de Radio Panamericana, promovida por Prisa.

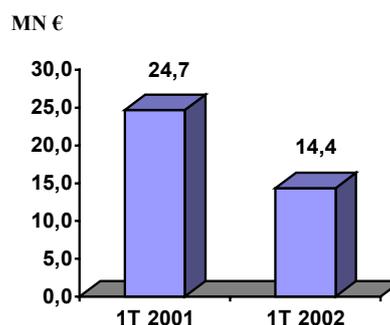
## EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	86,81	105,13	(17,4)
Total gastos explotación	72,43	80,45	(10,0)
EBIT	14,38	24,68	(41,7)
%/Ventas	16,6%	23,5%	
EBITDA	20,95	31,83	(34,2)

Ingresos de explotación



Resultado de explotación (EBIT)



La estacionalidad de las ventas de libros de texto – en el primer trimestre del año las campañas se realizan en los países de Centro y Sudamérica, mientras que en el tercer trimestre se realizan en España, Portugal y México fundamentalmente - explica que Latinoamérica represente el 86% de los ingresos de Santillana del primer trimestre frente al 65% que suele representar a finales del ejercicio.

Teniendo en cuenta, por tanto, que los datos de este trimestre no son extrapolables al conjunto del ejercicio, los dos acontecimientos más importantes que han tenido lugar son los siguientes:

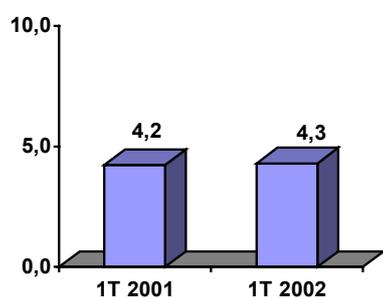
- Santillana en Argentina se ha visto afectada por la profunda crisis económica que sufre dicho país. El efecto negativo sobre sus resultados explica la caída en las principales cifras.
- Buen comportamiento del resto de **las campañas de educación** en la mayoría de los países de Latinoamérica, especialmente en Brasil, Chile y Costa Rica.

Descontando Argentina, el resto de países experimentan un crecimiento en las ventas del 8% con un crecimiento en el resultado de explotación del 30%.

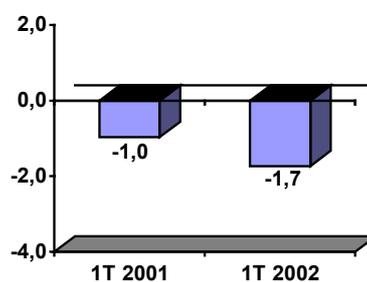
**MÚSICA**

	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	4,30	4,23	1,6
Total gastos explotación	6,03	5,20	16,0
EBIT	(1,74)	(0,97)	(78,7)
%/Ventas	(40,4%)	(23,0%)	
EBITDA	2,48	1,06	

Ingresos de explotación



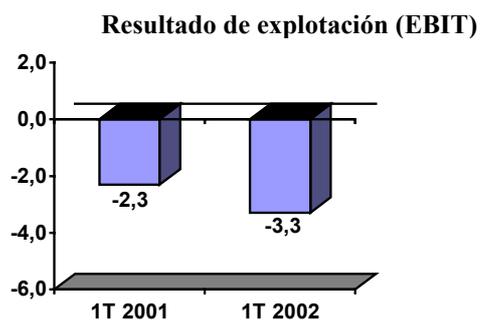
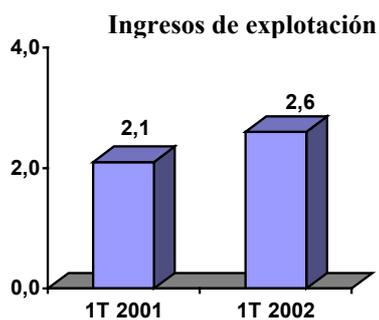
Resultado de explotación (EBIT)



Los ingresos se han mantenido pese a las dificultades del mercado ante la piratería, y pese a que no se han producido nuevos lanzamientos en este período.

**PRISACOM**

	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	2,64	2,09	26,5
Total gastos explotación	5,92	4,39	34,9
EBIT	(3,28)	(2,30)	(42,5)
%/Ventas	-	-	
EBITDA	(2,76)	(1,92)	(43,7)



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

	<b>Enero-Marzo 2002</b> MILLONES €	<b>Enero-Marzo 2001</b> MILLONES €	<b>Var (%)</b>
<b>Total Ingresos explotación</b>	<b>17,90</b>	<b>19,72</b>	<b>(9,2)</b>
<b>Total gastos explotación</b>	<b>17,23</b>	<b>18,64</b>	<b>(7,5)</b>
<b>EBIT</b>	<b>0,67</b>	<b>1,09</b>	<b>(38,4)</b>
<b>%/Ventas</b>	<b>3,7%</b>	<b>5,5%</b>	
<b>EBITDA</b>	<b>0,77</b>	<b>1,19</b>	<b>(35,7)</b>

Dada la naturaleza del negocio de esta Unidad, para poder analizar la evolución es necesario calcular los ingresos netos de explotación:

	<b>Enero-Marzo 2002</b> MILLONES €	<b>Enero-Marzo 2001</b> MILLONES €	<b>Var (%)</b>
Ventas de publicidad	<b>17,90</b>	<b>19,72</b>	<b>(9,2)</b>
Compras, consumos y aprov.	<b>13,47</b>	<b>15,01</b>	<b>(10,2)</b>
<b>Ingresos netos explotación</b>	<b>4,43</b>	<b>4,71</b>	<b>(6)</b>

A pesar de la caída del 9,2% de la facturación publicitaria de los soportes gestionados por GDM, los ingresos netos muestran una caída inferior, del 6%, gracias a la mejora de la rentabilidad media por cliente de la actual cartera respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

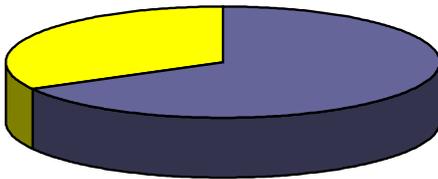
A 31 de marzo de 2002, del total de la publicidad gestionada por GDM, aproximadamente el 22% corresponde a medios ajenos al grupo.

**IMPRESIÓN**

	Enero-Marzo 2002 MILLONES €	Enero-Marzo 2001 MILLONES €	Var (%)
Total Ingresos explotación	25,45	25,68	(0,9)
Total gastos explotación	22,53	22,16	1,7
EBIT	2,92	3,52	(16,9)
%/Ventas	11,5%	13,7%	
EBITDA	5,46	6,18	(11,6)

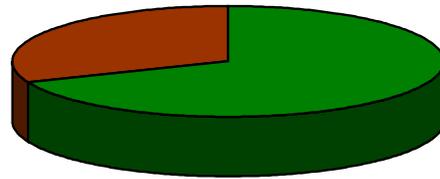
- El resultado de explotación disminuye debido a los mayores gastos procedentes de la nueva planta de impresión que, a Marzo de 2001, todavía no se encontraba en pleno funcionamiento
- Dentro de los ingresos de explotación, los porcentajes correspondientes a Nacional/Exportación y Grupo/terceros han sido los siguientes:

**Cientes del Grupo: 33%**



**Cientes Terceros: 67%**

**Exportación: 33%**



**Nacional: 67%**

