



## EJERCICIO 2007

**PRISA GANÓ 289,00 MILLONES DE EUROS ANTES DE IMPUESTOS (+73,7%).**

**EL EBIT (519,93 MILLONES DE EUROS) Y EL EBITDA (779,62 MILLONES DE EUROS) AUMENTAN UN 81,8% Y UN 46,7% RESPECTIVAMENTE.**

*Los ingresos se incrementan un 31,4% hasta 3.696,03 millones de euros. Los márgenes operativos mejoran.*

Hechos más relevantes en el período enero-diciembre de 2007:

- **Crecimiento de los ingresos publicitarios (+46,7%)**. Los aumentos en la **Radio en España** (+11,0%), **El País** (+6,4%), **Radio Internacional** (+20,4%) y **Digital** (+48,3%), además de la contribución de **Sogecable** y **Media Capital**, explican esta evolución.
- **El crecimiento de los ingresos por venta de periódicos y revistas (+4,8%)**, explicado por el positivo comportamiento de la **difusión de El País** (+0,7%), **AS** (+9,3%) y **Cinco Días** (+19,3%).
- **La Radio** incrementa su EBITDA un 24,3%. El resultado de explotación supera los cien millones de euros (101,79 millones de euros, +26,3%). **Cadena SER**, con 5.056.000 oyentes, tiene una audiencia superior a la suma de oyentes de sus tres principales competidores.
- **Santillana** registra los mejores resultados de su historia: los ingresos (560,00 millones de euros) crecen un 14,6%. Destacan las campañas de **Brasil** (+42,1%) y **España** (+9,5%), además de **Venezuela** (+38,3%), **Colombia** (+22,3%), **Chile** (+22,2%) y **Argentina** (+14,6%).
- El EBITDA de **Sogecable** alcanza los 323,92 millones de euros. **Cuatro** obtiene resultados positivos durante su segundo año de actividad y finaliza el ejercicio con una audiencia media del 7,8% en el mes de diciembre y del 7,7% en el conjunto del año.
- **DIGITAL+** a 31 de diciembre de 2007 contaba con 2.065.000 suscriptores.
- **TVI**, primera cadena de televisión portuguesa, mantiene su liderazgo: la audiencia media diaria durante el ejercicio 2007 fue del 34,3% y del 37,9% en *prime time*.
- **La producción audiovisual (Plural)** mejora su EBITDA un 79,3%.
- **Internet (Prisacom)** alcanza unos ingresos de 34,67 millones de euros (+12,4%).

Otros acontecimientos importantes en 2007:

- Tras el fallecimiento de D. Jesús de Polanco, el Consejo de Administración de Prisa nombra presidente a **D. Ignacio Polanco Moreno**.
- Prisa alcanza un **acuerdo irrevocable** con **Eventos, S.A.** que le garantiza alcanzar más de la mitad del capital social de **Sogetcable** y lanza una **OPA obligatoria** sobre la totalidad del capital de la sociedad.
- Prisa incrementa su participación en **Media Capital** hasta el 94,69%, como consecuencia de los resultados de las **OPAs voluntaria** y **obligatoria** lanzadas por el 100% del capital de la sociedad.
- **Acuerdo de Intenciones** con **3i Europe** por el cual ésta última adquirirá una participación aproximada del 16,2% en Unión Radio, mediante una operación mixta de compra de acciones y ampliación de capital, por una inversión total de 225 millones de euros. La entrada del nuevo socio impulsará el **desarrollo** de Unión Radio en el **mercado hispano** en **Estados Unidos**.
- **Relanzamiento** de **El País**, tanto en su versión impresa como digital, con un **nuevo diseño** y vocación de **diario global** en español.
- Prisa formaliza la compra de la totalidad de las acciones de **Iberoamericana Radio Chile, S.A. (IARC)** por 57,81 millones de euros.
- Prisa **vende sus participaciones** en el negocio de la **Prensa Regional** (El Correo de Andalucía, Diario Jaén y Novotécnica) por 29 millones de euros, generándose una plusvalía por esta operación de 3,47 millones de euros.
- **Media Capital** vende su negocio de **Outdoor** (publicidad exterior) por 47 millones de euros.

Han de considerarse las siguientes variaciones en el perímetro de consolidación:

- **Sogecable** se consolida en las cuentas de Prisa de 2007 por integración global. En el primer trimestre de 2006, lo hacía por puesta en equivalencia y a partir del 1 de abril de dicho año pasó a consolidarse por integración global.
- **Media Capital** se consolida por integración global en las cuentas de Prisa desde el 1 de febrero de 2007. En 2006, se consolidaba por el método de puesta en equivalencia.
- **Iberoamericana Radio Chile** se incorpora al perímetro de consolidación por integración global desde el 1 de julio de 2007.
- **Prensa Regional** (El Correo de Andalucía, Diario Jaén y Novotécnica) deja de contribuir a las cifras del Grupo consolidado desde el 1 de julio de 2007.
- **Impresión** pasa a consolidarse por el método de puesta en equivalencia desde el 1 de enero de 2007. En 2006, esta línea de actividad se incluía como un activo mantenido para la venta.

**CUENTA DE RESULTADOS**

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>3.696,03</b>	<b>2.811,76</b>	<b>31,4</b>
<b>EBITDA</b>	<b>779,62</b>	<b>531,46</b>	<b>46,7</b>
<b>EBIT</b>	<b>519,93</b>	<b>285,95</b>	<b>81,8</b>
Resultado Financiero	(195,26)	(110,80)	(76,2)
Resultado de sociedades por puesta en equivalencia y de otras inversiones	(35,67)	(8,73)	-
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>289,00</b>	<b>166,42</b>	<b>73,7</b>
Impuesto sobre sociedades	(26,92)	64,36	(141,8)
Resultado de operaciones en discontinuación	0,00	(0,45)	-
Resultado atribuido a socios externos	(70,11)	(1,42)	-
<b>Resultado Neto</b>	<b>191,97</b>	<b>228,91</b>	<b>(16,1)</b>
<b>Margen EBITDA</b>	<b>21,1%</b>	<b>18,9%</b>	
<b>Margen EBIT</b>	<b>14,1%</b>	<b>10,2%</b>	

**INGRESOS DE EXPLOTACIÓN**

En el ejercicio 2007, los ingresos de explotación se han incrementado en un 31,4% alcanzando 3.696,03 millones de euros, frente a 2.811,76 millones obtenidos en el mismo período del año anterior. Por **línea de actividad**, el desglose es el siguiente:

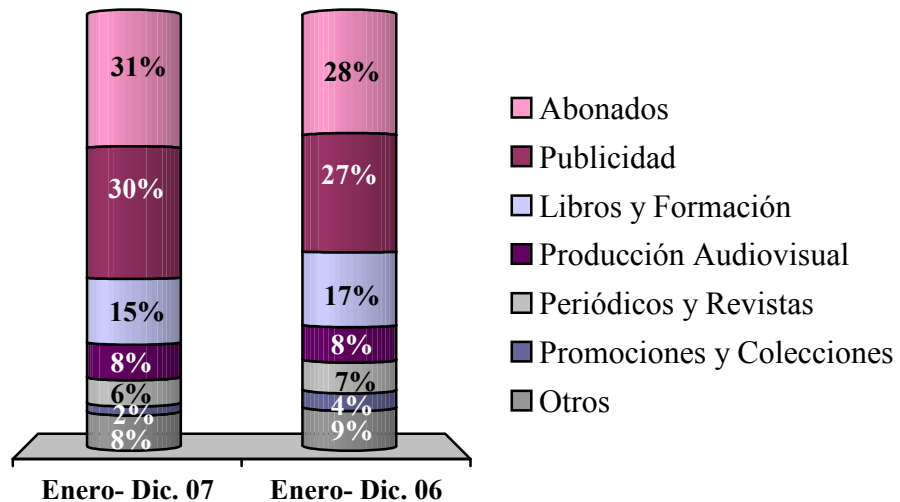
Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
Publicidad	1.122,27	765,20	46,7
Libros y formación <sup>1</sup>	536,47	465,05	15,4
Periódicos y revistas	210,52	200,82	4,8
Ingresos de abonados	1.136,32	795,60	42,8
Producción audiovisual	313,71	219,34	43,0
Promociones y colecciones	88,09	99,78	(11,7)
Impresión <sup>2</sup>	0,51	53,76	(99,1)
Ingresos procedentes del inmovilizado	22,38	27,79	(19,5)
Otros ingresos <sup>3</sup>	265,76	184,42	44,1
<b>Total ingresos de explotación</b>	<b>3.696,03</b>	<b>2.811,76</b>	<b>31,4</b>

<sup>1</sup> En las cifras correspondientes al ejercicio 2006, se ha producido una reclasificación de 10,49 millones de euros del epígrafe “*Libros y formación*” al epígrafe de “*Otros ingresos*”, correspondiente a la mayor parte de los ingresos derivados de las ventas de Canal de Editoriales (librerías Crisol), con el fin de hacer las cifras comparativas con las del ejercicio 2007.

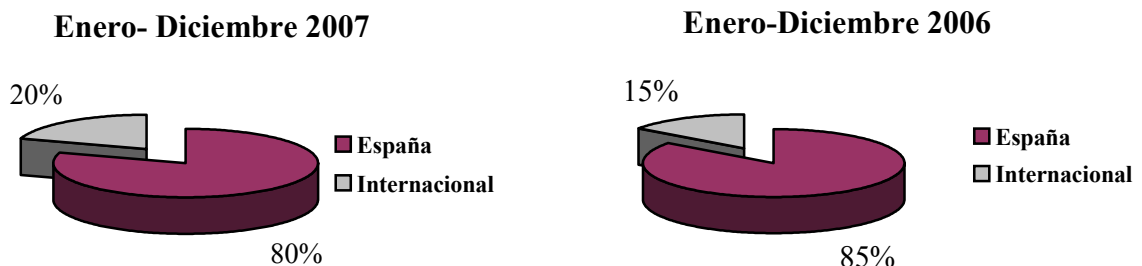
<sup>2</sup> Los resultados provenientes del negocio de impresión se incluyen en las cifras del Grupo por puesta en equivalencia desde el 1 de enero de 2007.

<sup>3</sup> Incluye: prestación de servicios de atención telefónica, prestación de servicios de transmisión, prestación de servicios de publicidad, prestación de servicios de comercialización de revistas, prestación de servicios de distribución, eventos, ventas de música, venta de comercio electrónico, servicios de Internet, ventas procedentes de librerías, arrendamientos y otros ingresos.

La integración de Sogecable por consolidación global a partir del 1 de abril de 2006 y de Media Capital a partir del 1 de febrero de 2007, ha supuesto un cambio en la composición de los ingresos. El gráfico muestra la contribución de las diferentes líneas de actividad a los ingresos en los ejercicios 2007 y 2006:



La **procedencia geográfica de los ingresos** ha sido la siguiente:



En el ejercicio 2007, un 20% de los ingresos procede del área internacional, de los cuales un 52% procede de Santillana, el 33% de Media Capital y el porcentaje restante de las actividades de radio y prensa internacionales.

➤ **Publicidad**

Los ingresos de publicidad (1.122,27 millones de euros), han crecido un 46,7%. Por tipo de negocios, la evolución de los ingresos de publicidad en el ejercicio 2007 se muestra a continuación:

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
<b>Prensa</b>	<b>272,49</b>	<b>259,16</b>	<b>5,1%</b>
El País	218,22	205,13	6,4%
Prensa Especializada y Regional	51,77	50,39	2,7%
AS	21,67	18,93	14,5%
Cinco Días	11,73	11,00	6,6%
Prensa Regional*	8,69	12,47	(30,3%)
Revistas	9,72	7,92	22,8%
Otros	(0,04)	0,08	(154,6%)
Prensa Internacional	3,98	4,92	(19,0%)
Ajustes de consolidación	(1,48)	(1,27)	(16,7%)
<b>Radio</b>	<b>353,85</b>	<b>319,06</b>	<b>10,9%</b>
Radio España	270,55	243,64	11,0%
Radio Internacional	82,82	68,78	20,4%
Música	0,50	6,67	(92,5%)
Ajustes de consolidación	(0,02)	(0,03)	29,0%
<b>Audiovisual</b>	<b>491,70</b>	<b>187,00</b>	<b>162,9%</b>
Sogecable	301,19	166,90	80,5%
Cuatro	272,70	144,93	88,2%
Digital+	28,49	21,97	29,7%
Media Capital**	168,94	---	---
TV Local	20,05	19,97	0,4%
Plural	1,52	0,13	---
<b>Digital</b>	<b>15,81</b>	<b>10,66</b>	<b>48,3%</b>
<b>Otros</b>	<b>0,11</b>	<b>0,60</b>	<b>(82,0%)</b>
<b>Ajustes de consolidación</b>	<b>(11,68)</b>	<b>(11,28)</b>	<b>(3,5%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.122,27</b>	<b>765,20</b>	<b>46,7%</b>

\* La Prensa Regional (El Correo de Andalucía y Diario Jaén) contribuye a los ingresos publicitarios hasta el mes de junio de 2007.

\*\* A efectos de homogeneización contable en el proceso de consolidación, se incluye el importe generado por la actividad de "Outdoor" hasta el momento de la venta, registrado en la cuenta de resultados de Media Capital en el epígrafe de "Resultado de operaciones en discontinuación".

### ➤ Libros y formación

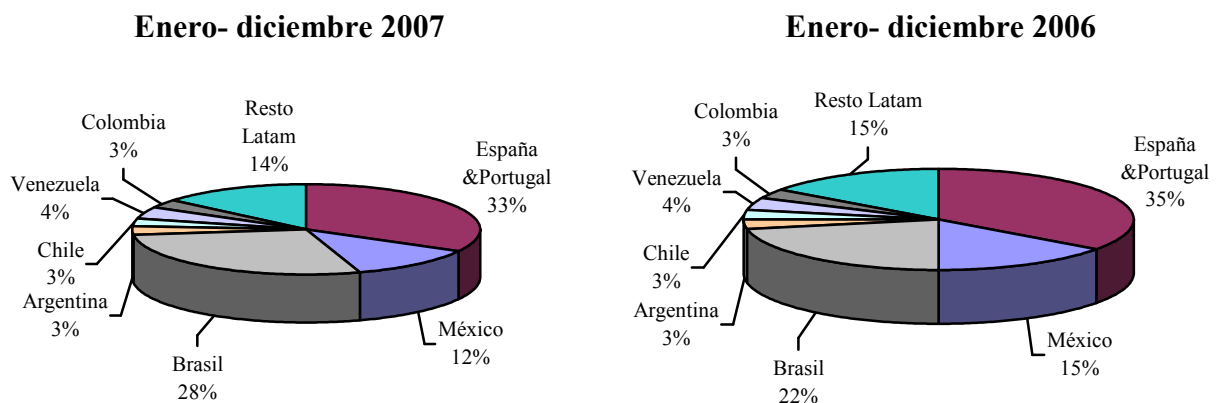
Los ingresos de libros y formación en el ejercicio 2007 han aumentado un 15,4% respecto al ejercicio 2006 (536,47 millones de euros frente 465,05 millones de euros).

Dentro de las campañas del **área norte**, destaca el comportamiento de **España** (+9,5%), donde la cuota en el mercado de texto e idiomas se ha incrementado un punto. Destaca también la evolución de la campaña de **Venezuela**, que ha registrado un crecimiento en ingresos del 38,3%.

En el **área sur**, se ha registrado un incremento en ingresos del 42,1% en la campaña de **Brasil**, explicado fundamentalmente por el buen comportamiento de la venta pública registrada en 2007, en la que se ha incrementado la cuota de mercado respecto a años anteriores. Adicionalmente, destaca la positiva evolución de las campañas de **Colombia** (+22,3%), **Chile** (+22,2%) y **Argentina** (+14,6%).

La depreciación del dólar frente al euro ha contribuido de forma negativa a los ingresos de Santillana, disminuyéndolos en 12,18 millones de euros. Si descontamos este efecto, los ingresos se habrían incrementado en un 17,1%.

La **distribución geográfica de los ingresos** ha sido la siguiente:



El buen comportamiento de las campañas de **Brasil** ha llevado a que este país ocupe, ya desde el ejercicio 2006, la segunda posición en cuanto a generación de ingresos en el área de Educación- Editorial, habiéndose incrementado de manera significativa su peso sobre el total de ingresos durante el ejercicio 2007.

### ➤ Periódicos y revistas

Los ingresos derivados de la **venta de periódicos y revistas** (210,52 millones de euros) **han aumentado** un **4,8%** en el ejercicio 2007.

La **difusión** media diaria de **El País** se ha incrementado en el ejercicio 2007 en un 0,7% (435.083 ejemplares en el ejercicio 2007, frente a una difusión media diaria en 2006 de 432.204 ejemplares). Durante el último trimestre del año la difusión ha continuado la tendencia de crecimiento ya experimentada desde el segundo trimestre del año, habiéndose cerrado el ejercicio 2007 con un crecimiento en difusión en el mes de diciembre del 8%.

Durante el ejercicio 2007, **El País** se ha **relanzado** tanto en su versión impresa como digital, con un nuevo diseño y vocación de diario global en español.

**El País** sigue manteniendo de forma destacada su posición de **liderazgo** en circulación, estableciéndose la ventaja con respecto a su principal competidor en el ejercicio 2007 en 100.000 ejemplares (110.000 ejemplares en el mes de diciembre).



Según la **tercera ola del EGM**, El País revalida su sólida hegemonía entre la prensa generalista de pago, registrando una media de 2.234.000 lectores, **la mejor marca en sus 31 años de historia** y superando a su principal competidor en un 59,8%.

El periódico deportivo **AS** ha aumentado su circulación media diaria en 2007 un 9,3% hasta 234.587 ejemplares. Durante este período, AS ha ganado cuota de mercado, consolidando su posición de liderazgo en la Comunidad de Madrid, afianzándose por delante de su principal competidor en Barcelona y con crecimientos significativos en el resto del territorio nacional. Este crecimiento es especialmente notable en Andalucía, y concretamente en Sevilla, donde se ha rozado el liderazgo. Según la **última ola de EGM**, **AS** ha batido su propio récord de audiencia con 1.170.000 lectores, creciendo un 9,7% respecto a la ola anterior de EGM.

En el año 2007, **Cinco Días** ha incrementado su difusión media diaria un 19,3%. Cinco Días ha alcanzado los 72.000 lectores (+5,9% respecto al anterior estudio de EGM), lo que supone su mejor dato de audiencia desde hace dos años.

### Evolución de la circulación media diaria de los periódicos del Grupo

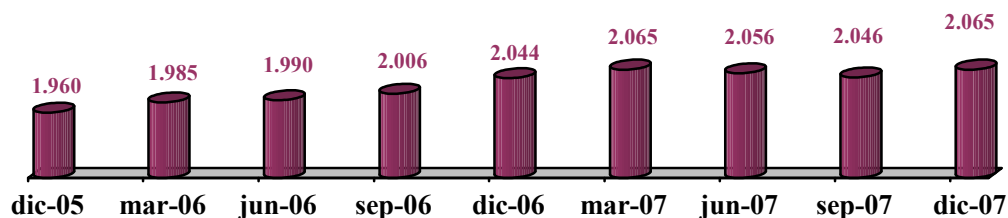
	Enero- Diciembre			Var. % 07/06			
	2007	2006	Var. %	1T	2T	3T	4T
El País	435.083	432.204	0,7	(7,2)	2,0	4,4	4,5
AS	234.587	214.654	9,3	8,4	13,4	16,3	(1,3)
Cinco Días	40.552	33.997	19,3	30,7	16,9	14,9	15,5

(\*) Datos de 2007 auditados por OJD hasta el mes de junio (excepto el suplemento dominical EPS).

### ➤ Ingresos de abonados

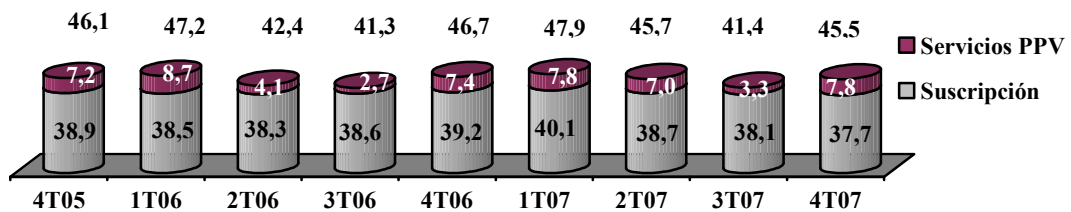
La base de abonados de **DIGITAL+** se sitúa a 31 de diciembre de 2007 en 2.065.000 abonados, habiéndose añadido 21.000 nuevos clientes netos durante 2007. La actividad comercial de **DIGITAL+** encaminada a la captación de nuevos abonados ha ido recuperando paulatinamente los parámetros habituales, tras las incidencias en la explotación de los derechos del fútbol español experimentadas durante los tres primeros meses de la actual temporada. Tras las resoluciones judiciales favorables de octubre, en los meses de noviembre y diciembre de 2007, se han reanudado los ritmos habituales de captación de clientes, superándose incluso las cifras de incorporación de nuevos abonados del ejercicio precedente.

### Evolución de la base de abonados de DIGITAL+ (miles de abonados)



El ingreso medio por abonado y mes (ARPU) durante el último trimestre de 2007 ha sido de 45,5 euros.

### Evolución del ARPU de DIGITAL+ (euros)



A 31 de diciembre de 2007, la tasa de cancelaciones se ha estabilizado en un 11,9%. A 31 de diciembre de 2006, la tasa de bajas se situaba en un 11,5%.

#### ➤ Producción audiovisual

Este epígrafe incluye los ingresos procedentes de la venta de derechos audiovisuales, la venta y producción de programas, los ingresos de distribución de cine y la venta de canales a los operadores de cable por parte de **Sogecable**.

Los ingresos por estos conceptos han alcanzado en el ejercicio 2007 los 313,71 millones de euros, comparados con 219,34 millones de euros registrados en el 2006 (+43,0%).

#### ➤ Promociones y colecciones

En el año 2007, los ingresos por productos promocionales han alcanzado 88,09 millones de euros, lo que supone una disminución con respecto al ejercicio anterior del 11,7%, mejorando la caída del 18,5% registrada en los primeros nueve meses del año.

A través de **Prisa Innova**, el Grupo continúa gestionando la actividad promocional en el área internacional, tanto en Europa, como es el caso de Le Monde en Francia, Corriere Della Sera en Italia y Diario de Noticias y Jornal de Noticias en Portugal, como en Latinoamérica. Prisa Innova ha generado en el ejercicio 2007 unos ingresos de 9,06 millones de euros, frente a los 5,81 millones de euros del ejercicio anterior.

#### ➤ Impresión

La variación en los ingresos de impresión se debe a la inclusión por puesta en equivalencia desde el 1 de enero de 2007 de las cifras procedentes del área de Impresión, las cuales se incluían con anterioridad en los estados financieros del Grupo como un activo mantenido para la venta.

Durante el ejercicio 2007, Prisa ha abordado una reestructuración en profundidad previa al proceso de desinversión en el sector.

➤ **Ingresos procedentes del inmovilizado**

Los 22,38 millones de euros registrados en 2007 recogen fundamentalmente las siguientes plusvalías:

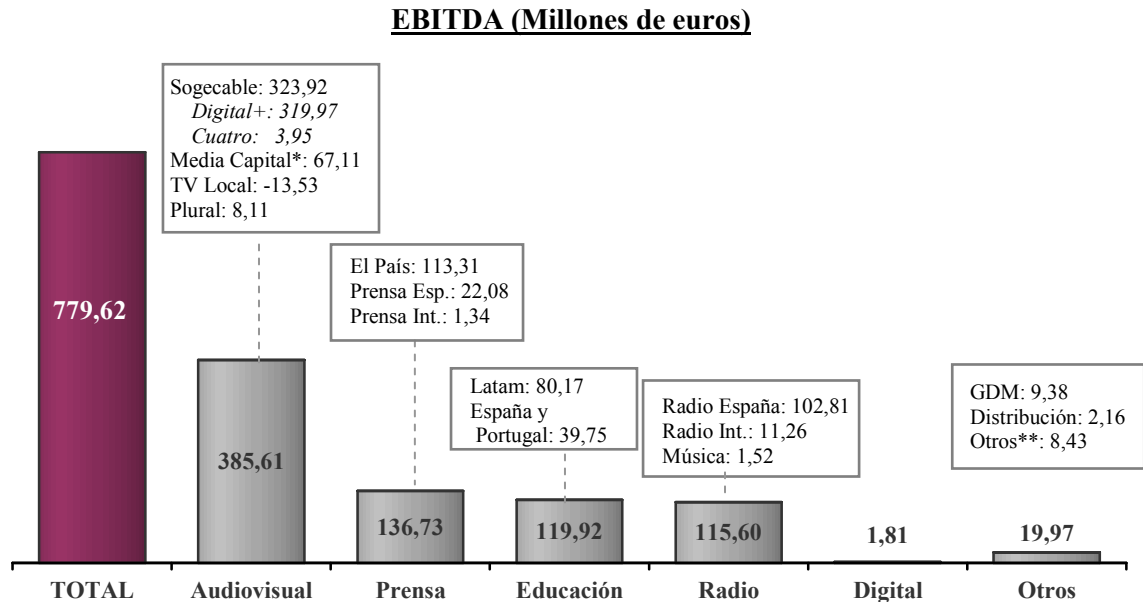
- 16,88 millones de euros procedentes de la venta del negocio de publicidad exterior de Media Capital.
- 3,47 millones correspondientes a la plusvalía generada en la venta del negocio de la Prensa Regional.

Durante el ejercicio 2006, se contabilizaron en este epígrafe 18,45 millones de euros procedentes de la plusvalía por la venta del 20% de GLR al Grupo Godó, así como 4,38 millones de euros procedentes de la venta de unos terrenos por parte de Prisa División Inmobiliaria y 3,07 millones de euros procedentes de la venta de Radio Latina, la emisora de radio del Grupo en París.

## EBITDA

Durante el ejercicio 2007, el Grupo ha generado 779,62 millones de euros de EBITDA, frente a los 531,46 millones de euros obtenidos en el mismo período del ejercicio anterior (+46,7%).

Por áreas de actividad, la distribución del EBITDA se muestra a continuación:



\* Media Capital se consolida por integración global desde el 1 de febrero de 2007. A efectos de homogeneización contable en el proceso de consolidación, se incluye tanto el importe generado por la actividad de "Outdoor" hasta el momento de la venta como la plusvalía de la operación, datos registrados en la cuenta de resultados de Media Capital en el epígrafe de "Resultado de operaciones en discontinuación".

\*\* "Otros" incluye fundamentalmente las actividades derivadas de Inmobiliaria y Corporativo.

En el periodo examinado, el margen de EBITDA sobre ingresos ha sido del 21,1% frente al 18,9% del ejercicio anterior, fundamentalmente debido a la integración de Media Capital, así como a la mejora de los márgenes de Sogecable y del negocio de Radio.

La evolución del EBITDA viene explicada por:

- El efecto de la **integración de la actividad de Sogecable**. La contribución de Sogecable al EBITDA de Grupo Prisa ha sido de 323,92 millones de euros, incrementándose en 161,40 millones de euros con respecto al mismo período del ejercicio anterior (+99,3%).
- El efecto de la **integración de la actividad de Media Capital** desde el 1 de febrero de 2007. La contribución de Media Capital al EBITDA del Grupo ha sido de 67,11 millones de euros.
- La contribución de la **Radio en España**, que ha incrementado su EBITDA en 17,07 millones de euros (+19,9%). Este comportamiento viene explicado fundamentalmente por la favorable evolución de los ingresos publicitarios.

- El comportamiento del área de **Educación- Editorial**, que ha incrementado su EBITDA en 10,97 millones de euros (+10,1%), fundamentalmente por la mejor campaña de España y la mayor venta pública de Brasil.
- La contribución de la **Radio Internacional**, que ha incrementado su EBITDA en 4,95 millones de euros (+78,5%), debido fundamentalmente a la mejora en el EBITDA de Radio Caracol en **Colombia**, la consolidación desde el 1 de julio de 2007 de **Iberoamericana Radio de Chile** y las **menores pérdidas** de la radio en **Estados Unidos**. Estas variaciones positivas se compensan con el resultado registrado en 2006 por la venta de Radio Latina en Francia (3,07 millones de euros).
- El EBITDA en **Prensa Especializada y Regional** alcanza los 22,08 millones de euros, incrementándose en un 12,1%, lo cual viene explicado por el efecto de la desinversión en la prensa regional, que aporta al EBITDA 3,47 millones de euros.
- El EBITDA de **Plural** alcanza los 8,11 millones de euros (+79,3%).
- **Gran Vía Musical** alcanza un EBITDA de 1,52 millones de euros, frente a los 0,97 millones de euros del ejercicio anterior.
- El negocio de **Televisiones Locales** reduce sus pérdidas a nivel de EBITDA en un 9,1%.
- La variación en el EBITDA de **El País** (-7,9%), debido al impacto de las promociones.

El **resultado de explotación (EBIT)** del Grupo durante el ejercicio 2007 refleja un resultado positivo de 519,93 millones de euros, que compara con el resultado positivo de 285,95 millones de euros registrados en el año 2006, lo que representa una mejora interanual del 81,8%. En el año 2007, el margen de EBIT sobre ingresos ha sido del 14,1%, frente al 10,2% del ejercicio anterior.

**El resultado financiero neto** del Grupo es negativo en 195,26 millones de euros, frente a los 110,80 millones de euros de pérdida en 2006. La diferencia se debe tanto al incremento en los tipos de interés experimentado durante este ejercicio, como al mayor impacto negativo de la consolidación del resultado financiero de Sogecable (lo que supone una mayor contribución negativa de 25,00 millones de euros con respecto al mismo período del ejercicio anterior) y Media Capital (pérdida de 9,11 millones de euros), y al aumento de los gastos financieros del Grupo tras el endeudamiento generado para hacer frente a la OPA por el 20% de Sogecable lanzada en 2006 y a las OPAs sobre Media Capital, además de otras adquisiciones realizadas por el Grupo durante el ejercicio 2007.

**El resultado de sociedades por puesta en equivalencia y de otras inversiones** supone una pérdida de 35,67 millones de euros, frente a las pérdidas de 8,73 millones del ejercicio anterior. Las mayores pérdidas se deben, fundamentalmente, a la consolidación del negocio de impresión por puesta en equivalencia durante el ejercicio 2007, incluyéndose en este importe la parte correspondiente al plan de reestructuración de este negocio.

**El resultado atribuido a socios externos** supone unas pérdidas de 70,11 millones de euros frente a las pérdidas de 1,42 millones de euros del ejercicio anterior, correspondiendo la variación fundamentalmente a los minoritarios provenientes de Sogecable, Media Capital y de Radio España.

**El resultado antes de impuestos** es de 289,00 millones de euros frente a 166,42 millones de euros registrados en 2006, lo que supone una mejora del 73,7%.

En el ejercicio 2007, la línea de **Impuesto sobre sociedades** recoge, entre otros aspectos, la deducción fiscal correspondiente a la inversión realizada en Media Capital como consecuencia del resultado de la OPA obligatoria. El ingreso recogido en este epígrafe en el ejercicio 2006, se deriva de las deducciones fiscales procedentes de inversiones en el extranjero, fundamentalmente en Portugal y Chile.

**El beneficio neto atribuible** es de 191,97 millones de euros frente a 228,91 millones de euros registrados en el ejercicio anterior, lo que supone una caída del 16,1%, fundamentalmente por los mayores gastos financieros y por el mayor gasto registrado en el impuesto sobre sociedades respecto al ejercicio anterior.

**BALANCE DE SITUACIÓN**

ACTIVO	Millones de euros	
	31/12/2007	31/12/2006
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>4.832,05</b>	<b>4.174,45</b>
Inmovilizado material <sup>4</sup>	423,16	475,88
Inversiones inmobiliarias	0,09	12,33
Fondo de comercio <sup>4</sup>	2.420,08	1.547,56
Inmovilizado inmaterial	444,34	400,72
Inversiones financieras no corrientes	157,17	86,84
Sociedades puestas en equivalencia	13,25	280,74
Activos por impuestos diferidos	1.364,97	1.359,08
Otros activos no corrientes	9,00	11,28
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>1.621,42</b>	<b>1.756,11</b>
Existencias	325,16	270,32
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1.215,98	946,08
Inversiones financieras corrientes	7,46	5,16
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	72,83	534,54
<b>ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>72,89</b>	<b>93,97</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>6.526,36</b>	<b>6.024,52</b>

PASIVO	Millones de euros	
	31/12/2007	31/12/2006
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.353,55</b>	<b>1.157,23</b>
Capital suscrito	22,04	21,88
Reservas	927,93	744,99
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	191,97	228,91
Socios Externos	211,61	161,46
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>3.124,84</b>	<b>2.803,18</b>
Deudas con entidades de crédito	2.558,37	2.252,00
Emisión de bonos canjeables	158,41	154,67
Pasivos por impuestos diferidos <sup>4</sup>	112,93	116,20
Provisiones	67,35	50,91
Otros pasivos no corrientes	227,79	229,39
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>2.047,97</b>	<b>1.996,94</b>
Deudas con entidades de crédito	536,05	843,41
Acreedores comerciales	1.233,14	970,31
Otras deudas corrientes	245,48	157,52
Ajustes por periodificación	33,31	25,71
<b>PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>0,00</b>	<b>67,17</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6.526,36</b>	<b>6.024,52</b>

<sup>4</sup> Como consecuencia del proceso de asignación del fondo de comercio de Sogecable, se han modificado a efectos comparativos los datos correspondientes al cierre del ejercicio 2006, incrementándose el epígrafe de “Inmovilizado material” en 21,62 millones de euros, minorándose el epígrafe de “Fondo de comercio” en 15,14 millones de euros y generándose un “Pasivo por impuestos diferidos” de 6,48 millones de euros.

Las principales variaciones en las diferentes partidas del balance de situación, se explican por la integración de Media Capital. El total de activos y pasivos que integramos de Media Capital a diciembre de 2007 asciende a 412,55 millones de euros.

El movimiento más importante corresponde al epígrafe “Fondo de comercio”, el cual se produce tanto por el traspaso a este epígrafe del fondo de comercio generado por la adquisición del 33% inicial de Media Capital en el ejercicio 2005, con anterioridad recogido en el epígrafe de “Sociedades puestas en equivalencia”, como por el importe correspondiente a los nuevos fondos de comercios generados fundamentalmente como resultado de las OPAs voluntaria y obligatoria sobre el 100% de la compañía, siendo la participación final de Prisa en Media Capital del 94,69%. Adicionalmente, se recoge en este epígrafe el fondo de comercio generado en 2007 por la adquisición Iberoamericana Radio Chile y por la adquisición de un 4,15% adicional de Sogecable.

Durante el ejercicio 2007, Prisa ha dejado de clasificar el 40% de los activos y pasivos de Dédalo (Impresión) como mantenidos para la venta, dado que ha transcurrido el plazo de un año de dicha clasificación sin que se haya formalizado su venta. En consecuencia, el Grupo ha pasado a consolidar este negocio por puesta en equivalencia desde el 1 de enero de 2007.

También durante el ejercicio 2007, Prisa ha tomado la decisión de iniciar un proceso de venta de tres inmuebles de su propiedad, habiéndose reclasificado el valor neto contable de estos activos al epígrafe de “Activos mantenidos para la venta”.

## INVERSIONES

Durante el ejercicio 2007, las inversiones en inmovilizado han ascendido a 868,22 millones de euros. El detalle por agrupaciones de negocio es el siguiente:

Millones de euros	CAPEX	Inmovilizado financiero	TOTAL
<b>Prensa</b>	<b>15,68</b>	---	<b>15,68</b>
El País	15,07	---	15,07
Prensa Especializada	0,41	---	0,41
Prensa Internacional	0,20	---	0,20
<b>Radio</b>	<b>22,25</b>	<b>65,61</b>	<b>87,86</b>
Radio España	17,11	7,80	24,91
Radio Internacional	5,09	57,81	62,90
Música	0,05	---	0,05
<b>Educación- Editorial</b>	<b>46,49</b>	---	<b>46,49</b>
<b>Audiovisual</b>	<b>115,58</b>	<b>28,65</b>	<b>144,23</b>
Sogecable	99,10	0,13	99,23
Media Capital	12,41	27,57	39,98
TV Local	1,13	0,95	2,08
Plural	2,95	---	2,95
<b>Digital</b>	<b>4,03</b>	<b>0,01</b>	<b>4,04</b>
<b>Otros</b>	<b>8,57</b>	<b>561,35</b>	<b>569,92</b>
Vertex	---	403,42	403,42
Prisa	6,01	152,45	158,47
Distribución	1,04	5,48	6,52
Prisa División Inmobiliaria	0,78	---	0,78
GDM	0,58	---	0,58
Otros	0,15	---	0,15
<b>Total</b>	<b>212,60</b>	<b>655,62</b>	<b>868,22</b>



Las inversiones más significativas en inmovilizado financiero corresponden a:

- Vertex: por la adquisición del 61,69% adicional de **Media Capital**, fundamentalmente como resultado de la OPA voluntaria (adquisición de un 40,70%, por un importe de 255,95 millones de euros) y como resultado de la OPA obligatoria (adquisición de un 20,68%, por un importe de 145,23 millones de euros).
- Prisa: básicamente por el incremento de la participación de un 4,15% en **Sogecable**, por un importe de 152,30 millones de euros, hasta alcanzar el 47,09% de participación en la compañía.
- Radio Internacional: por la formalización de la adquisición por parte de Unión Radio de la totalidad de las acciones de **Iberoamericana Radio Chile** (57,81 millones de euros; 79,72 millones de dólares USA).
- Media Capital: fundamentalmente por la adquisición del 40% adicional de **CLMC Multimedia** por 3,21 millones de euros, sociedad dedicada a la distribución de cine, video y otros productos multimedia, y por la adquisición de los minoritarios de las sociedades pertenecientes a su negocio de producción audiovisual (**Grupo NBP**) por 15,20 millones de euros.

## POSICIÓN FINANCIERA NETA

La deuda financiera neta bancaria del Grupo a 31 de diciembre de 2007 asciende en sus cuentas consolidadas a 3.014,13 millones de euros frente a 2.555,71 millones de euros a 31 de diciembre de 2006.

POSICIÓN FINANCIERA NETA BANCARIA	Millones de euros	
	31/12/2007	31/12/2006
Deuda bancaria	3.094,42	3.095,41
No corriente	2.558,37	2.252,00
Corriente	536,05	843,41
Inversiones financieras corrientes, efectivo y otros medios líquidos equivalentes	(80,28)	(539,70)
<b>Deuda neta</b>	<b>3.014,13</b>	<b>2.555,71</b>

Durante el ejercicio 2007, se ha incrementado la posición de deuda neta bancaria en 458,42 millones de euros frente al cierre del ejercicio 2006, fundamentalmente por:

- La adquisición del 61,69% adicional de Media Capital por un total de 403,09 millones de euros.
- La variación de la deuda neta de Sogecable durante el ejercicio 2007, que disminuye en 125,18 millones de euros la posición de deuda neta bancaria del grupo.
- La consolidación de Media Capital por integración global, que ha aportado 97,16 millones de euros a la deuda neta del grupo.
- La formalización de la adquisición de Iberoamericana Radio Chile, por un total de 57,81 millones de euros.
- El incremento de la participación del 4,15% en Sogecable, por un total de 152,30 millones de euros.

La deuda neta exigible a Prisa, excluyendo Sogecable, es de 2.157,66 millones de euros, frente a 1.574,05 millones de euros a diciembre de 2006.

En diciembre de 2007, Prisa ha firmado un **préstamo puente** con HSBC por importe máximo de 4.230 millones de euros, por un plazo de 6 meses, referenciado a tipos de mercado. La finalidad de esta financiación es atender a las obligaciones de carácter financiero derivadas de la Oferta Pública de Adquisición presentada ante la CNMV el pasado 28 de diciembre de 2007 sobre la totalidad del capital de Sogecable. Este contrato incluye tanto el importe correspondiente al aval presentado a la CNMV, como una póliza por importe de 2.050 millones de euros con el objeto de cubrir, en caso necesario, la refinanciación del actual préstamo sindicado firmado en junio de 2007.

El tipo de interés medio de la deuda financiera del Grupo en los ejercicios 2007 y 2006 ha sido de 4,98% y 3,68% respectivamente.

**ESTADO DE FLUJOS DE FONDOS**

Millones de euros	31/12/2007	31/12/2006
<b>EBIT</b>	<b>519,93</b>	<b>285,95</b>
Amortizaciones	231,44	219,73
Variación del circulante	33,66	118,67
Inversiones operativas (Capex)	(212,60)	(199,09)
<b>Flujo de caja operativo</b>	<b>572,43</b>	<b>425,26</b>
Inversiones financieras y otras inversiones no recurrentes	(655,62)	(1.041,33)
Resultado financiero	(195,26)	(110,80)
Dividendos repartidos	(33,71)	(30,20)
Impuestos	(26,92)	64,36
Otros	(119,35)	(1.260,10)
<b>VARIACIÓN DEUDA NETA</b>	<b>458,42</b>	<b>1.952,82</b>

El estado de flujos de fondos a 31 de diciembre de 2007 refleja la consolidación de Media Capital por integración global desde el 1 de febrero de 2007. El efecto de esta incorporación ha supuesto un incremento de 97,16 millones de euros en la variación de la deuda neta del Grupo.

Los estados de flujos de fondos a 31 de diciembre de 2007 y a 31 de diciembre de 2006 únicamente son comparables excluyendo el efecto de la incorporación al perímetro de Media Capital en el primer caso y excluyendo el efecto de la incorporación al perímetro de Sogecable en el segundo.

## ADQUISICIONES Y ACUERDOS ESTRATÉGICOS ALCANZADOS EN EL EJERCICIO 2007

### Media Capital

Como consecuencia de los resultados de la **OPA voluntaria** lanzada en octubre de 2006 sobre el 100% del capital de **Grupo Media Capital**, tras la cual la participación de Prisa (a través de Vertix) en la sociedad asciende al 73,70%, Prisa lanza en febrero de 2007 una **OPA obligatoria** por el 100% del capital de la sociedad. El porcentaje de participación de Prisa (a través de Vertix) en Grupo Media Capital tras la OPA obligatoria alcanza el 94,39%.

En diciembre de 2007, Prisa comunica que la sociedad portuguesa Grupo Media Capital S.G.P.S. S.A., en la que Prisa participa en un 94,69% de su capital, ha celebrado un contrato de compraventa con Dali Invest Outdoor, S.A. de la totalidad de las acciones representativas del capital social y de los derechos de voto de la sociedad **Media Capital Outdoors-Publicidade, S.A.**, por la cuantía global de 47 millones de euros.

### Prensa Especializada

En mayo de 2007, Prisa comunica que, a través de su filial Grupo Empresarial de Medios Impresos, S.L., ha alcanzado un acuerdo preliminar con Grupo Alfonso Gallardo, S.L. para la **venta** a este último de: i) las participaciones representativas del 100% del capital social de **El Correo de Andalucía, S.L.**, editora del diario “El Correo de Andalucía” y de ii) las acciones representativas del 59,27% del capital social de **Diario Jaén, S.A.**, editora de “Diario Jaén”. El precio conjunto de la operación asciende a diecinueve millones de euros.

En junio de 2007, Prisa comunica que su filial Espacio Editorial Andaluza Holding, S.L., ha suscrito un contrato de promesa de compraventa con el empresario D. José Luis Martínez García, para la transmisión a éste último, o a una sociedad controlada por el mismo, de la totalidad de la participación de Espacio Editorial Andaluza Holding, S.L., representativa del 31,89% del capital social, en la sociedad **Novotécnica, S.A.** (editora de “La Voz de Almería”), así como del resto de las participaciones de Espacio Editorial Andaluza Holding, S.L. en otras sociedades participadas por Novotécnica, S.A. El precio total de la operación asciende a diez millones de euros.

### Radio

En julio de 2007, Prisa comunica que, a través de Grupo Latino de Radiodifusión Chile Ltda. (GLR Chile), filial de Unión Radio, ha formalizado la compra de la totalidad de las acciones de **Iberoamericana Radio Chile, S.A. (IARC)** a Claxson Chile, S.A. La operación ha sido autorizada por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) de Chile, que ha impuesto una serie de condiciones.

En diciembre de 2007, Prisa comunica que, junto con el Grupo Godo de Comunicación, S.A. y con su sociedad participada Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio, S.L., ha suscrito un **Acuerdo de Intenciones con 3i Europe plc**, gestora de fondos integrada en la

sociedad europea de capital riesgo 3i Group plc, por el cual ésta última adquiriría una participación aproximada del 16,2% en Unión Radio por una inversión total de 225 millones de euros.

### Sogecable

En junio de 2007, **Sogecable** y **Telefónica** firman un acuerdo para ofrecer conjuntamente servicios de telecomunicaciones y de televisión digital satelital, así como para colaborar en la compra de contenidos de televisión de pago en el mercado español.

Con fecha 20 de diciembre de 2007, Prisa comunica que ha alcanzado un **acuerdo irrevocable** con la sociedad Eventos, S.A., en virtud del cual la indicada sociedad se compromete a vender y transmitir a Prisa su participación del 2,94% en Sogecable en el marco de una Oferta Pública de Adquisición que formule Prisa a un precio por acción ordinaria de la clase A de 27,98 euros. Dicho acuerdo garantiza a Prisa alcanzar más de la mitad del capital social de Sogecable y asegura a Eventos, S.A. la venta de sus acciones a ese precio. En esta misma fecha, el Consejo de Administración de Prisa acuerda la formulación de una **Oferta Pública de Adquisición de carácter obligatorio** sobre la totalidad del capital de Sogecable.

Con fecha 28 de diciembre de 2007, Prisa presenta a la CNMV la **instancia solicitando la autorización** de la Oferta Pública de Adquisición de acciones de Sogecable, junto con el folleto explicativo debidamente suscrito y la correspondiente documentación complementaria. Adicionalmente, Prisa comunica que, por razones técnicas, ha elevado el precio de la oferta, fijándolo en 28 euros por acción.

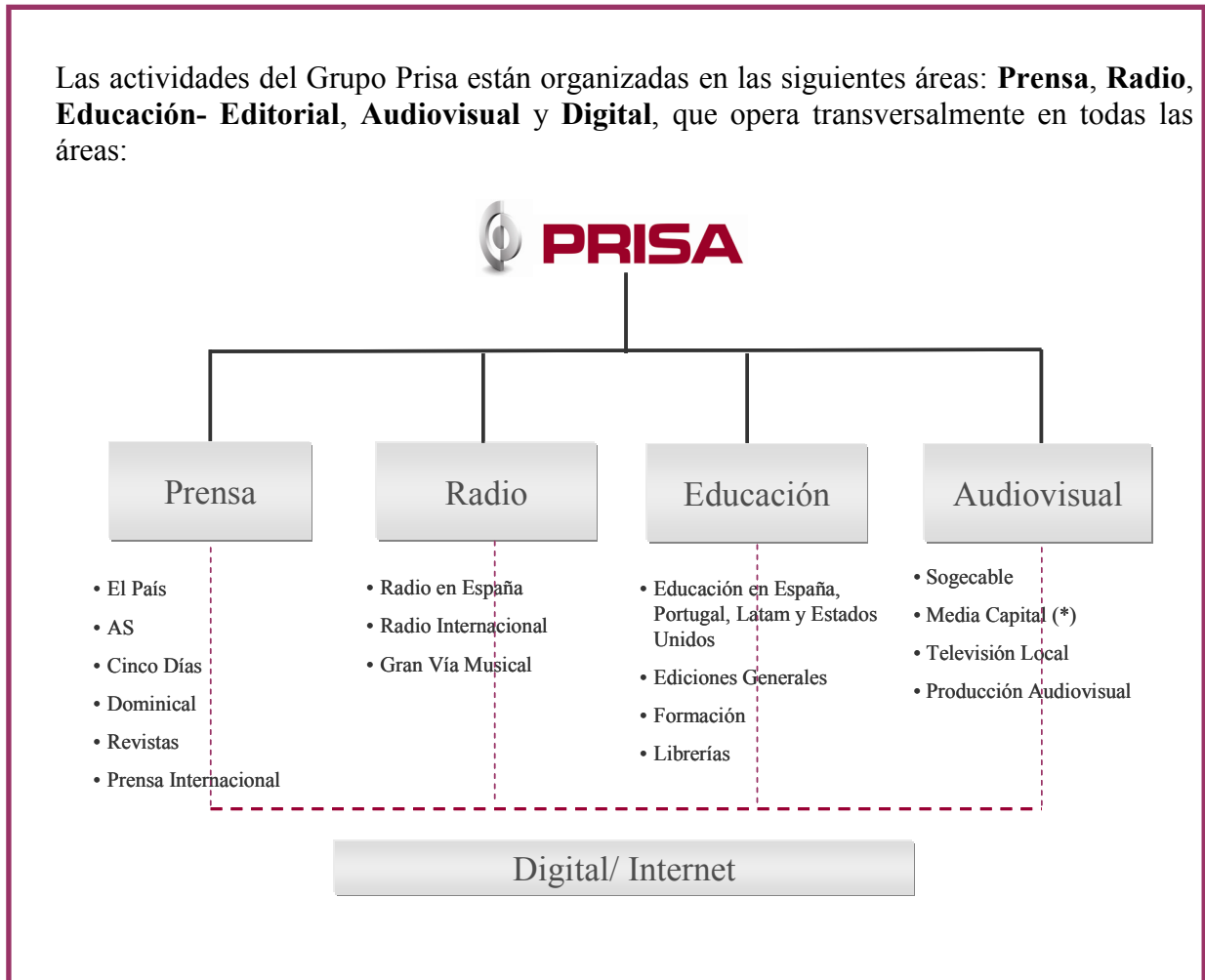
## ANEXOS

- I. Estructura del Grupo.
- II. Datos financieros enero- diciembre 2007 por unidad de negocio
  - II.I. Desglose de ingresos de explotación.
  - II.II. Desglose de gastos de explotación.
  - II.III. Desglose de EBIT.
  - II.IV. Desglose de EBITDA.
- III. Datos financieros trimestrales 2007-2006 por unidad de negocio
  - III.I. Desglose de ingresos de publicidad.
  - III.II. Desglose de ingresos de explotación.
  - III.III. Desglose de gastos de explotación.
  - III.IV. Desglose de EBIT.
  - III.V. Desglose de EBITDA.
- IV. Audiencias de Cuatro.
- V. Audiencias de TVI (Portugal).
- VI. Prisacom: usuarios únicos

Anexo I

**ESTRUCTURA DEL GRUPO**

Las actividades del Grupo Prisa están organizadas en las siguientes áreas: **Prensa, Radio, Educación- Editorial, Audiovisual** y **Digital**, que opera transversalmente en todas las áreas:



Adicionalmente, en el Grupo se incluyen otras actividades correspondientes a los negocios de Distribución, GDM, Inmobiliaria, Corporativo e Impresión (Dédalo).

(\*) Media Capital se incluye dentro del área Audiovisual ya que, aunque integra otras actividades, la mayor parte de sus ingresos corresponde a los negocios de TVI (televisión en abierto) y NBP (producción audiovisual).

**Anexo II.I.**

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
<b>Prensa</b>	<b>572,28</b>	<b>564,94</b>	<b>1,3%</b>
El País	411,90	410,50	0,3%
Publicidad	218,22	205,13	6,4%
Circulación	126,24	125,03	1,0%
Promociones	64,50	77,97	(17,3%)
Otros	2,95	2,37	24,5%
Prensa Especializada y Regional	156,29	148,01	5,6%
AS	87,50	78,10	12,0%
Cinco Días	20,05	19,67	1,9%
Prensa Regional*	17,94	21,17	(15,3%)
Revistas	28,40	27,22	4,3%
Otros	2,41	1,86	29,9%
Prensa Internacional	8,01	9,21	(13,1%)
Ajustes de consolidación	(3,93)	(2,78)	(41,3%)
<b>Radio</b>	<b>422,76</b>	<b>375,81</b>	<b>12,5%</b>
Radio España	307,83	273,72	12,5%
Radio Internacional	88,60	75,85	16,8%
Música	29,70	27,14	9,4%
Ajustes de consolidación	(3,38)	(0,90)	---
<b>Educación - Editorial</b>	<b>560,00</b>	<b>488,81</b>	<b>14,6%</b>
<b>Audiovisual</b>	<b>2.105,60</b>	<b>1.272,35</b>	<b>65,5%</b>
Sogecable	1.809,52	1.221,54	48,1%
Digital +	1.522,03	1.067,13	42,6%
Cuatro	287,49	154,41	86,2%
Media Capital**	238,97	---	---
TV Local	27,12	35,26	(23,1%)
Plural	53,96	30,24	78,4%
Ajustes de consolidación	(23,96)	(14,69)	(63,2%)
<b>Digital</b>	<b>34,67</b>	<b>30,86</b>	<b>12,4%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>129,86</b>	<b>204,60</b>	<b>(36,5%)</b>
Impresión	---	71,00	---
Distribución	39,13	32,27	21,3%
GDM	26,36	25,36	3,9%
Otros***	64,36	75,96	(15,3%)
<b>Ajustes de consolidación</b>	<b>(129,13)</b>	<b>(125,60)</b>	<b>(2,8%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.696,03</b>	<b>2.811,76</b>	<b>31,4%</b>

\* La Prensa Regional (El Correo de Andalucía y Diario Jaén) contribuye a los ingresos de explotación hasta el mes de junio de 2007.

\*\* A efectos de homogeneización contable en el proceso de consolidación, se incluye tanto el importe correspondiente a la actividad de "Outdoor" hasta el momento de la venta, como la plusvalía de la operación, datos registrados en la cuenta de resultados de Media Capital en el epígrafe de "Resultados de operaciones en discontinuación".

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios de Inmobiliaria y Corporativo.



**Anexo II.II.**

GASTOS DE EXPLOTACIÓN Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
<b>Prensa</b>	<b>450,77</b>	<b>436,95</b>	<b>3,2%</b>
El País	311,50	300,38	3,7%
Prensa Especializada y Regional	135,70	130,80	3,7%
AS	72,70	63,57	14,4%
Cinco Días	19,34	19,26	0,4%
Prensa Regional*	12,18	18,78	(35,2%)
Revistas	26,88	26,00	3,4%
Otros	4,60	3,19	44,3%
Prensa Internacional	7,49	8,55	(12,3%)
Ajustes de consolidación	(3,93)	(2,78)	(41,3%)
<b>Radio</b>	<b>320,97</b>	<b>295,18</b>	<b>8,7%</b>
Radio España	213,49	195,19	9,4%
Radio Internacional	82,41	74,20	11,1%
Música	28,45	26,69	6,6%
Ajustes de consolidación	(3,38)	(0,90)	---
<b>Educación - Editorial</b>	<b>484,94</b>	<b>428,67</b>	<b>13,1%</b>
<b>Audiovisual</b>	<b>1.887,15</b>	<b>1.269,64</b>	<b>48,6%</b>
Sogecable	1.633,37	1.201,67	35,9%
Digital+	1.346,04	971,01	38,6%
Cuatro	287,33	230,67	24,6%
Media Capital**	185,19	---	---
TV Local	42,66	53,07	(19,6%)
Plural	49,89	29,58	68,6%
Ajustes de consolidación	(23,96)	(14,69)	(63,2%)
<b>Digital</b>	<b>34,31</b>	<b>30,40</b>	<b>12,9%</b>
<b>Otros Gastos</b>	<b>125,93</b>	<b>186,45</b>	<b>(32,5%)</b>
Impresión	---	80,01	---
Distribución	37,63	30,47	23,5%
GDM	17,34	16,66	4,1%
Otros***	70,96	59,32	19,6%
<b>Ajustes de consolidación</b>	<b>(127,97)</b>	<b>(121,49)</b>	<b>(5,3%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.176,10</b>	<b>2.525,81</b>	<b>25,7%</b>

\* La Prensa Regional (El Correo de Andalucía y Diario Jaén) contribuye a los gastos de explotación hasta el mes de junio de 2007.

\*\* A efectos de homogeneización contable en el proceso de consolidación, se incluye el importe correspondiente a la actividad de "Outdoor" hasta el momento de la venta, registrado en la cuenta de resultados de Media Capital en el epígrafe de "Resultado de operaciones en discontinuación"

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios de Inmobiliaria y Corporativo. No se incluyen las provisiones de cartera.

**Anexo II.III.**

EBIT Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
<b>Prensa</b>	<b>121,51</b>	<b>127,99</b>	<b>(5,1%)</b>
<b>% margen</b>	<b>21,2%</b>	<b>22,7%</b>	
El País	100,40	110,12	(8,8%)
% margen	24,4%	26,8%	
Prensa Especializada y Regional	20,59	17,21	19,7%
% margen	13,2%	11,6%	
AS	14,80	14,53	1,9%
% margen	16,9%	18,6%	
Cinco Días	0,71	0,41	72,6%
% margen	3,5%	2,1%	
Prensa Regional*	5,76	2,39	141,2%
% margen	32,1%	11,3%	
Revistas	1,52	1,22	24,4%
% margen	5,3%	4,5%	
Otros	(2,19)	(1,33)	(64,2%)
Prensa Internacional	0,51	0,66	(22,7%)
% margen	6,4%	7,2%	
<b>Radio</b>	<b>101,79</b>	<b>80,62</b>	<b>26,3%</b>
<b>% margen</b>	<b>24,1%</b>	<b>21,5%</b>	
Radio España	94,34	78,53	20,1%
% margen	30,6%	28,7%	
Radio Internacional	6,19	1,65	---
% margen	7,0%	2,2%	
Música	1,25	0,45	178,4%
% margen	4,2%	1,7%	
<b>Educación - Editorial</b>	<b>75,06</b>	<b>60,14</b>	<b>24,8%</b>
<b>% margen</b>	<b>13,4%</b>	<b>12,3%</b>	
<b>Audiovisual</b>	<b>218,45</b>	<b>2,71</b>	<b>---</b>
<b>% margen</b>	<b>10,4%</b>	<b>0,2%</b>	
Sogecable	176,15	19,87	---
% margen	9,7%	1,6%	
Digital+	175,99	96,12	83,1%
% margen	11,6%	9,0%	
Cuatro	0,16	(76,23)	100,2%
% margen	0,1%	(49,4%)	
Media Capital**	53,78	---	---
% margen	22,5%	---	
TV Local	(15,54)	(17,81)	12,8%
% margen	(57,3%)	(50,5%)	
Plural	4,07	0,66	---
% margen	7,5%	2,2%	
<b>Digital</b>	<b>0,35</b>	<b>0,45</b>	<b>(21,7%)</b>
<b>% margen</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,5%</b>	
<b>Otros</b>	<b>2,77</b>	<b>14,04</b>	<b>(80,2%)</b>
Impresión	---	(9,00)	---
% margen	---	(12,7%)	
Distribución	1,51	1,80	(16,4%)
% margen	3,8%	5,6%	
GDM	9,02	8,71	3,6%
% margen	34,2%	34,3%	
Otros***	(7,75)	12,53	(161,9%)
<b>TOTAL</b>	<b>519,93</b>	<b>285,95</b>	<b>81,8%</b>
<b>% margen</b>	<b>14,1%</b>	<b>10,2%</b>	

\* La Prensa Regional (El Correo de Andalucía y Diario Jaén) contribuye al EBIT hasta el mes de junio de 2007.

\*\* A efectos de homogeneización contable en el proceso de consolidación, se incluye tanto el importe correspondiente a la actividad de "Outdoor" hasta el momento de la venta como la plusvalía de la operación, datos registrados en la cuenta de resultados de Media Capital en el epígrafe de "Resultado de operaciones en discontinuación".

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios de Inmobiliaria y Corporativo. No se incluyen las provisiones de cartera.

**Anexo II.IV.**

EBITDA Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE		
	2007	2006	Var. %
<b>Prensa</b>	<b>136,73</b>	<b>144,28</b>	<b>(5,2%)</b>
<b>% margen</b>	<b>23,9%</b>	<b>25,5%</b>	
El País	113,31	123,09	(7,9%)
% margen	27,5%	30,0%	
Prensa Especializada y Regional	22,08	19,70	12,1%
% margen	14,1%	13,3%	
AS	15,37	15,89	(3,3%)
% margen	17,6%	20,3%	
Cinco Días	0,88	0,80	10,2%
% margen	4,4%	4,0%	
Prensa Regional*	5,93	2,71	119,0%
% margen	33,0%	12,8%	
Revistas	1,96	1,51	30,3%
% margen	6,9%	5,5%	
Otros	(2,06)	(1,20)	(72,1%)
Prensa Internacional	1,34	1,49	(9,9%)
% margen	16,7%	16,2%	
<b>Radio</b>	<b>115,60</b>	<b>93,02</b>	<b>24,3%</b>
<b>% margen</b>	<b>27,3%</b>	<b>24,8%</b>	
Radio España	102,81	85,75	19,9%
% margen	33,4%	31,3%	
Radio Internacional	11,26	6,31	78,5%
% margen	12,7%	8,3%	
Música	1,52	0,97	57,1%
% margen	5,1%	3,6%	
<b>Educación - Editorial</b>	<b>119,92</b>	<b>108,95</b>	<b>10,1%</b>
<b>% margen</b>	<b>21,4%</b>	<b>22,3%</b>	
<b>Audiovisual</b>	<b>385,61</b>	<b>152,16</b>	<b>153,4%</b>
<b>% margen</b>	<b>18,3%</b>	<b>12,0%</b>	
Sogecable	323,92	162,53	99,3%
% margen	17,9%	13,3%	
Digital+	319,97	235,74	35,7%
% margen	21,0%	22,1%	
Cuatro	3,95	(73,21)	105,4%
% margen	1,4%	(47,4%)	
Media Capital**	67,11	---	---
% margen	28,1%	---	
TV Local	(13,53)	(14,89)	9,1%
% margen	(49,9%)	(42,2%)	
Plural	8,11	4,52	79,3%
% margen	15,0%	15,0%	
<b>Digital</b>	<b>1,81</b>	<b>2,21</b>	<b>(18,2%)</b>
<b>% margen</b>	<b>5,2%</b>	<b>7,1%</b>	
<b>Otros</b>	<b>19,97</b>	<b>30,85</b>	<b>(35,3%)</b>
Impresión	---	(1,97)	---
% margen	---	(2,8%)	
Distribución	2,16	1,83	18,4%
% margen	5,5%	5,7%	
GDM	9,38	9,25	1,3%
% margen	35,6%	36,5%	
Otros***	8,43	21,74	(61,2%)
<b>TOTAL</b>	<b>779,62</b>	<b>531,46</b>	<b>46,7%</b>
<b>% margen</b>	<b>21,1%</b>	<b>18,9%</b>	

\* La Prensa Regional (El Correo de Andalucía y Diario Jaén) contribuye al EBITDA hasta el mes de junio de 2007.

\*\* A efectos de homogeneización contable en el proceso de consolidación, se incluye tanto el importe correspondiente a la actividad de "Outdoor" hasta el momento de la venta como la plusvalía de la operación, datos registrados en la cuenta de resultados de Media Capital en el epígrafe de "Resultado de operaciones en discontinuación".

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios de Inmobiliaria y Corporativo.

**Anexo III.I**

INGRESOS PUBLICIDAD Millones de euros	2007				2006				% Var.			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
<b>Prensa</b>	<b>64,87</b>	<b>82,64</b>	<b>46,79</b>	<b>78,19</b>	<b>58,03</b>	<b>76,91</b>	<b>46,77</b>	<b>77,45</b>	<b>11,8%</b>	<b>7,5%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,9%</b>
El País	52,42	65,87	37,95	61,98	46,03	60,58	36,42	62,11	13,9%	8,7%	4,2%	(0,2%)
Prensa Especializada y Reg.	12,54	15,73	7,75	15,75	11,81	15,53	9,17	13,87	6,1%	1,3%	(15,5%)	13,5%
AS	4,83	5,64	3,51	7,70	4,11	6,13	3,80	4,88	17,3%	(8,1%)	(7,6%)	57,8%
Cinco Días	3,17	3,75	1,72	3,09	2,97	3,20	1,60	3,22	6,9%	17,0%	7,2%	(4,2%)
Prensa Regional	2,69	3,62	0,79	1,59	2,95	3,82	2,56	3,14	(8,8%)	(5,2%)	(69,3%)	(49,3%)
Revistas	1,87	2,74	1,74	3,38	1,79	2,32	1,21	2,59	4,2%	18,1%	43,2%	30,3%
Otros	(0,02)	(0,01)	(0,01)	(0,01)	(0,01)	0,06	(0,00)	0,04	(80,0%)	(123,7%)	(50,4%)	(113,8%)
Prensa Internacional	0,93	1,02	1,11	0,92	0,90	0,96	1,25	1,81	3,9%	6,0%	(11,2%)	(49,1%)
Ajustes de consolidación	(1,03)	0,02	(0,01)	(0,47)	(0,71)	(0,16)	(0,06)	(0,34)	(44,2%)	115,5%	77,2%	(37,8%)
<b>Radio</b>	<b>78,77</b>	<b>98,19</b>	<b>74,88</b>	<b>102,01</b>	<b>68,16</b>	<b>88,13</b>	<b>67,05</b>	<b>95,72</b>	<b>15,6%</b>	<b>11,4%</b>	<b>11,7%</b>	<b>6,6%</b>
Radio España	64,13	79,12	52,44	74,87	53,32	70,35	50,56	69,42	20,3%	12,5%	3,7%	7,8%
Radio Internacional	14,14	19,09	22,44	27,15	14,85	17,79	16,51	19,62	(4,8%)	7,3%	35,9%	38,3%
Música	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,67	---	---	---	(100,0%)
Ajustes de consolidación	0,00	(0,01)	(0,01)	(0,00)	(0,01)	(0,00)	(0,02)	(0,00)	100,0%	---	61,4%	(4,3%)
<b>Audiovisual</b>	<b>98,66</b>	<b>151,69</b>	<b>94,73</b>	<b>146,62</b>	<b>4,48</b>	<b>67,46</b>	<b>42,22</b>	<b>72,85</b>	<b>---</b>	<b>124,9%</b>	<b>124,4%</b>	<b>101,3%</b>
Sogetel	65,08	92,45	51,55	92,12	---	62,24	38,43	66,24	---	48,5%	34,1%	39,1%
Cuatro	58,09	84,36	46,17	84,08	---	54,10	33,23	57,60	---	55,9%	38,9%	46,0%
Digital+	6,99	8,09	5,37	8,04	---	8,10	5,24	8,64	---	(0,1%)	2,6%	(6,9%)
Media Capital	28,47	53,45	39,17	47,84	---	---	---	---	---	---	---	---
TV Local	4,66	5,41	3,71	6,27	4,48	5,22	3,79	6,48	4,1%	3,6%	(2,0%)	(3,3%)
Plural	0,44	0,38	0,31	0,39	0,00	0,00	0,00	0,13	---	---	---	193,6%
<b>Digital</b>	<b>2,64</b>	<b>4,00</b>	<b>3,50</b>	<b>5,66</b>	<b>1,78</b>	<b>2,88</b>	<b>2,04</b>	<b>3,96</b>	<b>48,7%</b>	<b>39,0%</b>	<b>71,4%</b>	<b>43,0%</b>
<b>Otros</b>	<b>0,22</b>	<b>0,11</b>	<b>0,42</b>	<b>(0,65)</b>	<b>0,11</b>	<b>0,06</b>	<b>0,23</b>	<b>0,20</b>	<b>93,8%</b>	<b>97,9%</b>	<b>84,5%</b>	<b>---</b>
<b>Ajustes de consolidación</b>	<b>(2,17)</b>	<b>(4,05)</b>	<b>(0,88)</b>	<b>(4,58)</b>	<b>(1,74)</b>	<b>(4,31)</b>	<b>(0,24)</b>	<b>(4,99)</b>	<b>(24,7%)</b>	<b>6,0%</b>	<b>---</b>	<b>8,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>242,98</b>	<b>332,60</b>	<b>219,44</b>	<b>327,25</b>	<b>130,82</b>	<b>231,12</b>	<b>158,07</b>	<b>245,19</b>	<b>85,7%</b>	<b>43,9%</b>	<b>38,8%</b>	<b>33,5%</b>

**Anexo III.II.**

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN Millones de euros	2007				2006				%Var.			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
<b>Prensa</b>	<b>134,87</b>	<b>163,89</b>	<b>120,37</b>	<b>153,14</b>	<b>146,18</b>	<b>158,36</b>	<b>113,68</b>	<b>146,72</b>	<b>(7,7%)</b>	<b>3,5%</b>	<b>5,9%</b>	<b>4,4%</b>
El País	96,71	116,00	85,44	113,75	110,55	115,92	79,34	104,68	(12,5%)	0,1%	7,7%	8,7%
Publicidad	52,42	65,87	37,95	61,98	46,03	60,58	36,42	62,11	13,9%	8,7%	4,2%	(0,2%)
Circulación	30,70	31,75	31,41	32,38	33,40	31,05	30,08	30,51	(8,1%)	2,3%	4,4%	6,1%
Promociones	12,90	17,77	15,36	18,47	30,57	23,72	12,28	11,40	(57,8%)	(25,1%)	25,0%	62,1%
Otros	0,69	0,61	0,73	0,92	0,56	0,58	0,56	0,67	22,8%	5,9%	29,3%	37,9%
Prensa Especializada y Reg.	37,53	46,49	33,38	38,89	34,53	40,88	32,48	40,13	8,7%	13,7%	2,8%	(3,1%)
AS	20,06	23,07	22,09	22,27	17,44	20,72	19,09	20,84	15,0%	11,3%	15,7%	6,9%
Cinco Días	5,44	5,83	3,63	5,16	5,49	5,52	3,49	5,18	(1,0%)	5,7%	4,0%	(0,4%)
Prensa Regional	5,02	9,23	1,47	2,23	5,31	6,45	4,59	4,82	(5,6%)	43,2%	(68,1%)	(53,8%)
Revistas	6,61	7,95	5,45	8,39	6,16	8,01	4,99	8,06	7,2%	(0,7%)	9,3%	4,2%
Otros	0,41	0,42	0,74	0,84	0,12	0,19	0,32	1,23	---	125,3%	134,3%	(32,1%)
Prensa Internacional	2,32	1,91	2,03	1,74	1,85	2,14	2,33	2,88	25,5%	(10,7%)	(12,8%)	(39,7%)
Ajustes de consolidación	(1,69)	(0,52)	(0,48)	(1,23)	(0,75)	(0,58)	(0,47)	(0,98)	(124,9%)	10,0%	(2,0%)	(26,1%)
<b>Radio</b>	<b>89,80</b>	<b>114,59</b>	<b>98,33</b>	<b>120,03</b>	<b>78,65</b>	<b>104,36</b>	<b>84,19</b>	<b>108,61</b>	<b>14,2%</b>	<b>9,8%</b>	<b>16,8%</b>	<b>10,5%</b>
Radio España	72,91	88,13	59,67	87,12	60,60	77,66	57,43	78,03	20,3%	13,5%	3,9%	11,6%
Radio Internacional	14,93	19,98	23,35	30,33	15,43	18,43	20,56	21,42	(3,2%)	8,4%	13,6%	41,6%
Música	2,79	7,61	15,72	3,59	2,69	8,30	6,38	9,77	3,6%	(8,3%)	146,4%	(63,3%)
Ajustes de consolidación	(0,83)	(1,14)	(0,40)	(1,01)	(0,07)	(0,03)	(0,18)	(0,61)	---	---	(118,5%)	(64,7%)
<b>Educación - Editorial</b>	<b>124,01</b>	<b>107,19</b>	<b>185,24</b>	<b>143,56</b>	<b>116,72</b>	<b>109,00</b>	<b>160,06</b>	<b>103,03</b>	<b>6,2%</b>	<b>(1,7%)</b>	<b>15,7%</b>	<b>39,3%</b>
<b>Audiovisual</b>	<b>527,20</b>	<b>549,98</b>	<b>424,00</b>	<b>604,42</b>	<b>10,14</b>	<b>429,86</b>	<b>351,79</b>	<b>480,56</b>	<b>---</b>	<b>27,9%</b>	<b>20,5%</b>	<b>25,8%</b>
Sogecable	478,79	471,93	359,85	498,95	---	420,85	336,82	463,87	---	12,1%	6,8%	7,6%
Digital +	418,09	383,93	310,02	410,00	---	364,30	301,02	401,81	---	5,4%	3,0%	2,0%
Cuatro	60,70	88,01	49,83	88,95	---	56,60	35,75	62,07	---	55,5%	39,4%	43,3%
Media Capital	35,55	64,33	53,38	85,71	---	---	---	---	---	---	---	---
TV Local	5,97	7,34	5,09	8,71	8,52	8,91	6,36	11,47	(29,9%)	(17,6%)	(20,0%)	(24,0%)
Plural	11,68	12,93	10,10	19,25	3,00	4,13	11,56	11,55	---	---	(12,6%)	66,6%
Ajustes de consolidación	(4,79)	(6,55)	(4,42)	(8,20)	(1,38)	(4,02)	(2,95)	(6,34)	---	(63,1%)	(49,9%)	(29,3%)
<b>Digital</b>	<b>9,02</b>	<b>7,83</b>	<b>7,42</b>	<b>10,40</b>	<b>5,98</b>	<b>8,30</b>	<b>6,29</b>	<b>10,29</b>	<b>51,0%</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>18,0%</b>	<b>1,1%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>44,64</b>	<b>50,05</b>	<b>42,15</b>	<b>(6,98)</b>	<b>41,43</b>	<b>64,82</b>	<b>39,62</b>	<b>58,73</b>	<b>7,7%</b>	<b>(22,8%)</b>	<b>6,4%</b>	<b>(111,9%)</b>
Impresión	16,36	16,33	12,98	(45,68)	18,03	19,49	15,48	18,01	(9,2%)	(16,2%)	(16,1%)	---
Distribución	8,18	10,26	9,32	11,37	7,55	8,03	7,27	9,42	8,3%	27,7%	28,2%	20,8%
GDM	6,08	6,74	5,11	8,44	5,52	6,82	5,11	7,92	10,2%	(1,1%)	(0,1%)	6,5%
Otros	14,02	16,72	14,74	18,89	10,34	30,48	11,76	23,39	35,6%	(45,2%)	25,3%	(19,2%)
<b>Ajustes de consolidación</b>	<b>(35,51)</b>	<b>(39,21)</b>	<b>(29,94)</b>	<b>(24,47)</b>	<b>(23,49)</b>	<b>(37,37)</b>	<b>(27,17)</b>	<b>(37,56)</b>	<b>(51,1%)</b>	<b>(4,9%)</b>	<b>(10,2%)</b>	<b>34,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>894,03</b>	<b>954,32</b>	<b>847,57</b>	<b>1.000,10</b>	<b>375,60</b>	<b>837,33</b>	<b>728,45</b>	<b>870,38</b>	<b>138,0%</b>	<b>14,0%</b>	<b>16,4%</b>	<b>14,9%</b>

**Anexo III.III**

GASTOS DE EXPLOTACIÓN Millones de euros	2007				2006				%Var.			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
<b>Prensa</b>	<b>102,54</b>	<b>124,54</b>	<b>106,03</b>	<b>117,66</b>	<b>108,38</b>	<b>118,18</b>	<b>93,46</b>	<b>116,92</b>	<b>(5,4%)</b>	<b>5,4%</b>	<b>13,4%</b>	<b>0,6%</b>
El País	67,28	85,60	74,33	84,28	74,85	80,93	62,67	81,93	(10,1%)	5,8%	18,6%	2,9%
Prensa Especializada y Reg.	34,89	37,72	30,37	32,72	32,41	35,80	29,20	33,39	7,6%	5,4%	4,0%	(2,0%)
AS	17,49	19,42	17,61	18,18	15,26	16,94	14,03	17,34	14,6%	14,7%	25,5%	4,9%
Cinco Días	5,13	5,07	4,34	4,79	5,26	5,05	4,30	4,65	(2,3%)	0,4%	1,0%	3,0%
Prensa Regional	4,75	4,76	1,28	1,38	5,39	5,67	4,95	2,78	(11,8%)	(16,1%)	(74,1%)	(50,3%)
Revistas	6,51	7,48	5,68	7,21	6,04	7,62	5,23	7,11	7,8%	(1,8%)	8,5%	1,4%
Otros	1,01	0,99	1,45	1,15	0,47	0,52	0,68	1,51	114,4%	88,7%	112,6%	(23,7%)
Prensa Internacional	2,06	1,74	1,80	1,89	1,87	2,03	2,07	2,58	10,4%	(14,4%)	(12,8%)	(26,8%)
Ajustes de consolidación	(1,69)	(0,52)	(0,48)	(1,23)	(0,75)	(0,58)	(0,47)	(0,98)	(124,9%)	10,0%	(2,0%)	(26,1%)
<b>Radio</b>	<b>73,56</b>	<b>81,72</b>	<b>83,20</b>	<b>82,49</b>	<b>67,64</b>	<b>77,61</b>	<b>69,52</b>	<b>80,42</b>	<b>8,7%</b>	<b>5,3%</b>	<b>19,7%</b>	<b>2,6%</b>
Radio España	52,62	55,81	47,94	57,12	46,69	50,91	45,36	52,24	12,7%	9,6%	5,7%	9,4%
Radio Internacional	18,83	19,56	21,48	22,55	17,87	18,67	18,13	19,53	5,4%	4,7%	18,4%	15,5%
Música	2,93	7,50	14,19	3,84	3,16	8,07	6,21	9,27	(7,2%)	(7,0%)	128,6%	(58,6%)
Ajustes de consolidación	(0,83)	(1,14)	(0,40)	(1,01)	(0,07)	(0,03)	(0,19)	(0,61)	---	---	(118,5%)	(64,7%)
<b>Educación - Editorial</b>	<b>102,81</b>	<b>107,46</b>	<b>135,84</b>	<b>138,83</b>	<b>100,58</b>	<b>98,64</b>	<b>118,28</b>	<b>111,17</b>	<b>2,2%</b>	<b>8,9%</b>	<b>14,8%</b>	<b>24,9%</b>
<b>Audiovisual</b>	<b>502,80</b>	<b>466,25</b>	<b>382,70</b>	<b>535,40</b>	<b>16,58</b>	<b>420,67</b>	<b>354,29</b>	<b>478,11</b>	<b>---</b>	<b>10,8%</b>	<b>8,0%</b>	<b>12,0%</b>
Sogetable	455,66	399,82	320,21	457,68	---	405,48	336,54	459,66	---	(1,4%)	(4,9%)	(0,4%)
Digital+	387,19	327,24	257,03	374,59	---	327,50	267,46	376,05	---	(0,1%)	(3,9%)	(0,4%)
Cuatro	68,47	72,59	63,19	83,09	---	78,00	69,05	83,61	---	(6,9%)	(8,5%)	(0,6%)
Media Capital	29,97	49,03	47,74	58,46	---	---	---	---	---	---	---	---
TV Local	10,70	11,36	9,35	11,25	14,15	14,27	10,82	13,83	(24,4%)	(20,4%)	(13,6%)	(18,7%)
Plural	11,27	12,58	9,82	16,22	3,81	4,93	9,88	10,96	195,5%	155,2%	(0,6%)	48,0%
Ajustes de consolidación	(4,79)	(6,55)	(4,42)	(8,20)	(1,38)	(4,02)	(2,95)	(6,34)	---	(63,2%)	(49,8%)	(29,3%)
<b>Digital</b>	<b>10,34</b>	<b>7,99</b>	<b>7,66</b>	<b>8,32</b>	<b>6,33</b>	<b>7,89</b>	<b>6,56</b>	<b>9,62</b>	<b>63,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>16,7%</b>	<b>(13,5%)</b>
<b>Otros Gastos</b>	<b>46,62</b>	<b>51,10</b>	<b>45,49</b>	<b>(17,29)</b>	<b>44,35</b>	<b>47,15</b>	<b>44,53</b>	<b>50,42</b>	<b>5,1%</b>	<b>8,4%</b>	<b>2,2%</b>	<b>(134,3%)</b>
Impresión	17,87	17,10	15,59	(50,56)	19,36	20,66	18,79	21,20	(7,7%)	(17,2%)	(17,1%)	---
Distribución	7,93	9,83	9,16	10,71	7,19	7,61	7,28	8,39	10,4%	29,2%	25,8%	27,6%
GDM	4,56	4,32	3,92	4,54	4,13	4,12	3,95	4,45	10,3%	4,8%	(0,8%)	2,0%
Otros	16,26	19,86	16,82	18,02	13,68	14,77	14,50	16,38	18,9%	34,5%	16,0%	10,0%
<b>Ajustes de consolidación</b>	<b>(35,59)</b>	<b>(39,65)</b>	<b>(27,77)</b>	<b>(24,96)</b>	<b>(23,38)</b>	<b>(37,18)</b>	<b>(26,72)</b>	<b>(34,20)</b>	<b>(52,3%)</b>	<b>(6,6%)</b>	<b>(3,9%)</b>	<b>27,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>803,08</b>	<b>799,41</b>	<b>733,15</b>	<b>840,46</b>	<b>320,49</b>	<b>732,95</b>	<b>659,91</b>	<b>812,46</b>	<b>150,6%</b>	<b>9,1%</b>	<b>11,1%</b>	<b>3,4%</b>

**Anexo III.IV.**

EBIT Millones de euros	2007				2006				% Var.			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
<b>Prensa</b>	<b>32,33</b>	<b>39,35</b>	<b>14,35</b>	<b>35,48</b>	<b>37,80</b>	<b>40,18</b>	<b>20,22</b>	<b>29,79</b>	<b>(14,5%)</b>	<b>(2,1%)</b>	<b>(29,0%)</b>	<b>19,1%</b>
<b>% margen</b>	<b>24,0%</b>	<b>24,0%</b>	<b>11,9%</b>	<b>23,2%</b>	<b>25,9%</b>	<b>25,4%</b>	<b>17,8%</b>	<b>20,3%</b>				
El País	29,43	30,41	11,10	29,46	35,70	35,00	16,67	22,75	(17,6%)	(13,1%)	(33,4%)	29,5%
% margen	30,4%	26,2%	13,0%	25,9%	32,3%	30,2%	21,0%	21,7%				
Prensa Especializada y Reg.	2,64	8,77	3,02	6,16	2,12	5,08	3,28	6,73	24,7%	72,8%	(8,1%)	(8,5%)
% margen	7,0%	18,9%	9,0%	15,8%	6,1%	12,4%	10,1%	16,8%				
AS	2,58	3,65	4,48	4,09	2,18	3,78	5,06	3,50	18,1%	(3,5%)	(11,4%)	16,8%
% margen	12,8%	15,8%	20,3%	18,4%	12,5%	18,3%	26,5%	16,8%				
Cinco Días	0,30	0,76	(0,71)	0,36	0,23	0,46	(0,81)	0,52	28,6%	63,8%	11,7%	(30,4%)
% margen	5,5%	13,0%	(19,7%)	7,1%	4,3%	8,4%	(23,2%)	10,1%				
Prensa Regional	0,26	4,46	0,19	0,85	(0,07)	0,77	(0,36)	2,04	---	---	152,5%	(58,6%)
% margen	5,2%	48,4%	12,7%	38,0%	(1,4%)	12,0%	(7,7%)	42,4%				
Revistas	0,10	0,47	(0,23)	1,18	0,13	0,40	(0,25)	0,95	(24,0%)	18,9%	7,2%	24,8%
% margen	1,4%	5,9%	(4,2%)	14,1%	2,0%	4,9%	(5,0%)	11,7%				
Otros	(0,60)	(0,57)	(0,71)	(0,32)	(0,35)	(0,34)	(0,37)	(0,28)	(69,8%)	(68,5%)	(93,7%)	(13,4%)
Prensa Internacional	0,26	0,17	0,23	(0,15)	(0,02)	0,11	0,26	0,31	---	56,6%	(13,1%)	(147,3%)
% margen	11,1%	9,0%	11,2%	(8,4%)	(1,1%)	5,2%	11,2%	10,7%				
<b>Radio</b>	<b>16,25</b>	<b>32,87</b>	<b>15,14</b>	<b>37,54</b>	<b>11,01</b>	<b>26,75</b>	<b>14,67</b>	<b>28,19</b>	<b>47,6%</b>	<b>22,9%</b>	<b>3,2%</b>	<b>33,1%</b>
<b>% margen</b>	<b>18,1%</b>	<b>28,7%</b>	<b>15,4%</b>	<b>31,3%</b>	<b>14,0%</b>	<b>25,6%</b>	<b>17,4%</b>	<b>26,0%</b>				
Radio España	20,29	32,33	11,73	30,00	13,91	26,75	12,07	25,80	45,8%	20,9%	(2,8%)	16,3%
% margen	27,8%	36,7%	19,7%	34,4%	23,0%	34,4%	21,0%	33,1%				
Radio Internacional	(3,89)	0,43	1,87	7,78	(2,44)	(0,24)	2,43	1,89	(59,7%)	---	(22,8%)	---
% margen	(26,1%)	2,1%	8,0%	25,7%	(15,8%)	(1,3%)	11,8%	8,8%				
Música	(0,15)	0,11	1,53	(0,24)	(0,47)	0,24	0,17	0,51	68,9%	(53,2%)	---	(148,3%)
% margen	(5,2%)	1,4%	9,7%	(6,8%)	(17,4%)	2,8%	2,7%	5,2%				
<b>Educación - Editorial</b>	<b>21,20</b>	<b>(0,27)</b>	<b>49,40</b>	<b>4,73</b>	<b>16,14</b>	<b>10,36</b>	<b>41,78</b>	<b>(8,14)</b>	<b>31,4%</b>	<b>(102,6%)</b>	<b>18,2%</b>	<b>158,1%</b>
<b>% margen</b>	<b>17,1%</b>	<b>(0,3%)</b>	<b>26,7%</b>	<b>3,3%</b>	<b>13,8%</b>	<b>9,5%</b>	<b>26,1%</b>	<b>(7,9%)</b>				
<b>Audiovisual</b>	<b>24,40</b>	<b>83,74</b>	<b>41,29</b>	<b>69,02</b>	<b>(6,44)</b>	<b>9,20</b>	<b>(2,49)</b>	<b>2,44</b>	<b>---</b>	<b>---</b>	<b>---</b>	<b>---</b>
<b>% margen</b>	<b>4,6%</b>	<b>15,2%</b>	<b>9,7%</b>	<b>11,4%</b>	<b>(63,6%)</b>	<b>2,1%</b>	<b>(0,7%)</b>	<b>0,5%</b>				
Sogecable	23,13	72,11	39,63	41,28	---	15,37	0,28	4,22	---	---	---	---
% margen	4,8%	15,3%	11,0%	8,3%	---	3,7%	0,1%	0,9%				
Digital+	30,90	56,69	52,99	35,41	---	36,80	33,56	25,77	---	54,0%	57,9%	37,4%
% margen	7,4%	14,8%	17,1%	8,6%	---	10,1%	11,1%	6,4%				
Cuatro	(7,77)	15,42	(13,36)	5,87	---	(21,40)	(33,31)	(21,52)	---	172,0%	59,9%	127,3%
% margen	(12,8%)	17,5%	(26,8%)	6,6%	---	(37,8%)	(93,2%)	(34,7%)				
Media Capital	5,58	15,30	5,64	27,25	---	---	---	---	---	---	---	---
% margen	15,7%	23,8%	10,6%	31,8%	---	---	---	---				
TV Local	(4,72)	(4,02)	(4,26)	(2,54)	(5,63)	(5,37)	(4,46)	(2,36)	16,1%	25,0%	4,4%	(7,3%)
% margen	(79,1%)	(54,8%)	(83,7%)	(29,1%)	(66,1%)	(60,2%)	(70,0%)	(20,6%)				
Plural	0,41	0,35	0,28	3,02	(0,81)	(0,81)	1,68	0,59	151,1%	143,2%	(83,4%)	---
% margen	3,5%	2,7%	2,8%	15,7%	(27,0%)	(19,5%)	14,6%	5,1%				
<b>Digital</b>	<b>(1,32)</b>	<b>(0,17)</b>	<b>(0,24)</b>	<b>2,08</b>	<b>(0,36)</b>	<b>0,41</b>	<b>(0,28)</b>	<b>0,67</b>	<b>---</b>	<b>(140,6%)</b>	<b>14,1%</b>	<b>---</b>
<b>% margen</b>	<b>(14,6%)</b>	<b>(2,1%)</b>	<b>(3,2%)</b>	<b>20,0%</b>	<b>(6,0%)</b>	<b>5,0%</b>	<b>(4,4%)</b>	<b>6,5%</b>				
<b>Otros</b>	<b>(1,90)</b>	<b>(0,61)</b>	<b>(5,52)</b>	<b>10,80</b>	<b>(3,04)</b>	<b>17,48</b>	<b>(5,34)</b>	<b>4,94</b>	<b>37,6%</b>	<b>(103,5%)</b>	<b>(3,3%)</b>	<b>118,7%</b>
Impresión	(1,51)	(0,76)	(2,61)	4,87	(1,33)	(1,17)	(3,32)	(3,19)	(13,4%)	34,9%	21,5%	---
% margen	(9,2%)	(4,7%)	(20,1%)	---	(7,4%)	(6,0%)	(21,4%)	(17,7%)				
Distribución	0,25	0,43	0,16	0,66	0,36	0,43	(0,01)	1,02	(32,2%)	1,2%	---	(35,0%)
% margen	3,0%	4,2%	1,7%	5,8%	4,8%	5,3%	(0,2%)	10,8%				
GDM	1,52	2,42	1,18	3,90	1,38	2,69	1,16	3,47	9,9%	(10,2%)	2,4%	12,2%
% margen	25,0%	35,9%	23,2%	46,2%	25,1%	39,5%	22,6%	43,9%				
Otros	(2,15)	(2,70)	(4,26)	1,36	(3,46)	15,52	(3,17)	3,63	37,7%	(117,4%)	(34,4%)	(62,6%)
<b>TOTAL</b>	<b>90,96</b>	<b>154,91</b>	<b>114,43</b>	<b>159,64</b>	<b>55,11</b>	<b>104,38</b>	<b>68,54</b>	<b>57,92</b>	<b>65,1%</b>	<b>48,4%</b>	<b>66,9%</b>	<b>175,6%</b>
<b>% margen</b>	<b>10,2%</b>	<b>16,2%</b>	<b>13,5%</b>	<b>16,0%</b>	<b>14,7%</b>	<b>12,5%</b>	<b>9,4%</b>	<b>6,7%</b>				

**Anexo III.V.**

EBITDA Millones de euros	2007				2006				% Var.			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
<b>Prensa</b>	<b>35,81</b>	<b>43,00</b>	<b>18,44</b>	<b>39,48</b>	<b>41,45</b>	<b>43,74</b>	<b>23,82</b>	<b>35,28</b>	<b>(13,6%)</b>	<b>(1,7%)</b>	<b>(22,6%)</b>	<b>11,9%</b>
<b>% margen</b>	<b>26,6%</b>	<b>26,2%</b>	<b>15,3%</b>	<b>25,8%</b>	<b>28,4%</b>	<b>27,6%</b>	<b>21,0%</b>	<b>24,0%</b>				
El País	32,42	33,46	14,72	32,71	38,70	37,95	19,59	26,84	(16,2%)	(11,8%)	(24,9%)	21,9%
% margen	33,5%	28,8%	17,2%	28,8%	35,0%	32,7%	24,7%	25,6%				
Prensa Especializada y Regional	3,01	9,17	3,32	6,57	2,60	5,59	3,84	7,68	16,0%	64,1%	(13,5%)	(14,4%)
% margen	8,0%	19,7%	9,9%	16,9%	7,5%	13,7%	11,8%	19,1%				
AS	2,73	3,80	4,62	4,22	2,36	3,97	5,33	4,23	15,5%	(4,4%)	(13,3%)	(0,1%)
% margen	13,6%	16,5%	20,9%	19,0%	13,5%	19,2%	27,9%	20,3%				
Cinco Días	0,35	0,80	(0,7)	0,41	0,36	0,58	(0,7)	0,56	(4,4%)	37,1%	4,9%	(27,4%)
% margen	6,3%	13,7%	(18,5%)	7,9%	6,6%	10,6%	(20,3%)	10,8%				
Prensa Regional	0,33	4,55	0,19	0,85	0,02	0,87	(0,3)	2,09	---	---	169,2%	(59,3%)
% margen	6,6%	49,3%	13,0%	38,2%	0,3%	13,6%	(6,0%)	43,4%				
Revistas	0,17	0,56	(0,1)	1,38	0,18	0,46	(0,2)	1,05	(2,3%)	20,6%	18,7%	31,6%
% margen	2,6%	7,0%	(2,7%)	16,4%	2,8%	5,8%	(3,6%)	13,0%				
Otros	(0,56)	(0,54)	(0,68)	(0,29)	(0,32)	(0,30)	(0,33)	(0,25)	(78,7%)	(76,6%)	(103,8%)	(15,5%)
Prensa Internacional	0,38	0,37	0,39	0,19	0,16	0,19	0,39	0,75	146,9%	92,6%	2,2%	(74,6%)
% margen	16,5%	19,4%	19,4%	11,0%	8,4%	9,0%	16,5%	26,2%				
<b>Radio</b>	<b>19,39</b>	<b>36,06</b>	<b>18,55</b>	<b>41,60</b>	<b>14,23</b>	<b>29,82</b>	<b>17,62</b>	<b>31,35</b>	<b>36,3%</b>	<b>20,9%</b>	<b>5,2%</b>	<b>32,7%</b>
<b>% margen</b>	<b>21,6%</b>	<b>31,5%</b>	<b>18,9%</b>	<b>34,7%</b>	<b>18,1%</b>	<b>28,6%</b>	<b>20,9%</b>	<b>28,9%</b>				
Radio España	22,30	34,39	13,72	32,40	15,68	28,49	13,88	27,69	42,2%	20,7%	(1,1%)	17,0%
% margen	30,6%	39,0%	23,0%	37,2%	25,9%	36,7%	24,2%	35,5%				
Radio Internacional	(2,8)	1,52	3,25	9,32	(1,2)	0,99	3,45	3,03	(143,3%)	53,7%	(5,7%)	---
% margen	(18,9%)	7,6%	13,9%	30,7%	(7,5%)	5,4%	16,8%	14,2%				
Música	(0,1)	0,15	1,57	(0,1)	(0,3)	0,35	0,29	0,63	71,3%	(55,3%)	---	(118,4%)
% margen	(3,0%)	2,0%	10,0%	(3,2%)	(11,0%)	4,2%	4,5%	6,4%				
<b>Educación - Editorial</b>	<b>29,40</b>	<b>12,13</b>	<b>80,75</b>	<b>(2,4)</b>	<b>28,55</b>	<b>21,77</b>	<b>68,68</b>	<b>(10,1)</b>	<b>3,0%</b>	<b>(44,3%)</b>	<b>17,6%</b>	<b>76,5%</b>
<b>% margen</b>	<b>23,7%</b>	<b>11,3%</b>	<b>43,6%</b>	<b>(1,6%)</b>	<b>24,5%</b>	<b>20,0%</b>	<b>42,9%</b>	<b>(9,8%)</b>				
<b>Audiovisual</b>	<b>67,84</b>	<b>125,67</b>	<b>80,55</b>	<b>111,55</b>	<b>(4,9)</b>	<b>63,01</b>	<b>37,71</b>	<b>56,38</b>	<b>---</b>	<b>99,5%</b>	<b>113,6%</b>	<b>97,8%</b>
<b>% margen</b>	<b>12,9%</b>	<b>22,9%</b>	<b>19,0%</b>	<b>18,5%</b>	<b>(48,8%)</b>	<b>14,7%</b>	<b>10,7%</b>	<b>11,7%</b>				
Sogetel	62,62	109,94	74,47	76,90	---	67,64	38,94	55,94	---	62,5%	91,2%	37,5%
% margen	13,1%	23,3%	20,7%	15,4%	---	16,1%	11,6%	12,1%				
Digital+	69,34	93,45	86,84	70,34	---	88,10	71,20	76,44	---	6,1%	22,0%	(8,0%)
% margen	16,6%	24,3%	28,0%	17,2%	---	24,2%	23,7%	19,0%				
Cuatro	(6,73)	16,49	(12,37)	6,55	---	(20,50)	(32,20)	(20,51)	---	180,5%	61,6%	131,9%
% margen	(11,1%)	18,7%	(24,8%)	7,4%	---	(36,2%)	(90,1%)	(33,0%)				
Media Capital	7,54	18,50	8,88	32,19	---	---	---	---	---	---	---	---
% margen	21,2%	28,8%	16,6%	37,6%	---	---	---	---				
TV Local	(4,12)	(3,41)	(4,14)	(1,85)	(4,96)	(4,68)	(3,78)	(1,47)	16,9%	27,1%	(9,7%)	(25,7%)
% margen	(69,0%)	(46,5%)	(81,4%)	(21,2%)	(58,3%)	(52,6%)	(59,3%)	(12,8%)				
Plural	1,80	0,65	1,34	4,32	0,02	0,04	2,54	1,92	---	---	(47,5%)	125,4%
% margen	15,4%	5,0%	13,2%	22,4%	0,6%	1,1%	22,0%	16,6%				
<b>Digital</b>	<b>(1,0)</b>	<b>0,22</b>	<b>0,21</b>	<b>2,35</b>	<b>0,13</b>	<b>0,87</b>	<b>0,12</b>	<b>1,09</b>	<b>---</b>	<b>(75,2%)</b>	<b>76,3%</b>	<b>116,5%</b>
<b>% margen</b>	<b>(10,8%)</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,9%</b>	<b>22,6%</b>	<b>2,2%</b>	<b>10,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>10,6%</b>				
<b>Otros</b>	<b>3,50</b>	<b>6,67</b>	<b>0,95</b>	<b>8,86</b>	<b>0,15</b>	<b>22,62</b>	<b>(1,1)</b>	<b>9,15</b>	<b>---</b>	<b>(70,5%)</b>	<b>188,6%</b>	<b>(3,2%)</b>
Impresión	0,38	0,75	(0,88)	(0,24)	0,269	0,518	(1,51)	(1,25)	39,9%	44,6%	41,8%	80,4%
% margen	2,3%	4,6%	(6,8%)	0,5%	1,5%	2,7%	(9,8%)	(6,9%)				
Distribución	0,39	0,66	0,29	0,83	0,40	0,50	0,07	0,86	(2,3%)	32,3%	---	(3,8%)
% margen	4,8%	6,4%	3,1%	7,3%	5,3%	6,2%	0,9%	9,2%				
GDM	1,64	2,49	1,27	3,99	1,50	2,81	1,27	3,68	9,2%	(11,5%)	0,1%	8,4%
% margen	26,9%	36,9%	24,9%	47,3%	27,1%	41,2%	24,8%	46,5%				
Otros	1,10	2,78	0,27	4,29	(2,0)	18,80	(0,9)	5,86	154,3%	(85,2%)	130,1%	(26,8%)
<b>TOTAL</b>	<b>154,97</b>	<b>223,74</b>	<b>199,43</b>	<b>201,48</b>	<b>79,57</b>	<b>181,82</b>	<b>146,88</b>	<b>123,20</b>	<b>94,8%</b>	<b>23,1%</b>	<b>35,8%</b>	<b>63,5%</b>
<b>% margen</b>	<b>17,3%</b>	<b>23,4%</b>	<b>23,5%</b>	<b>20,1%</b>	<b>21,2%</b>	<b>21,7%</b>	<b>20,2%</b>	<b>14,2%</b>	<b>(18,2%)</b>	<b>8,0%</b>	<b>16,7%</b>	<b>42,3%</b>



## Anexo IV

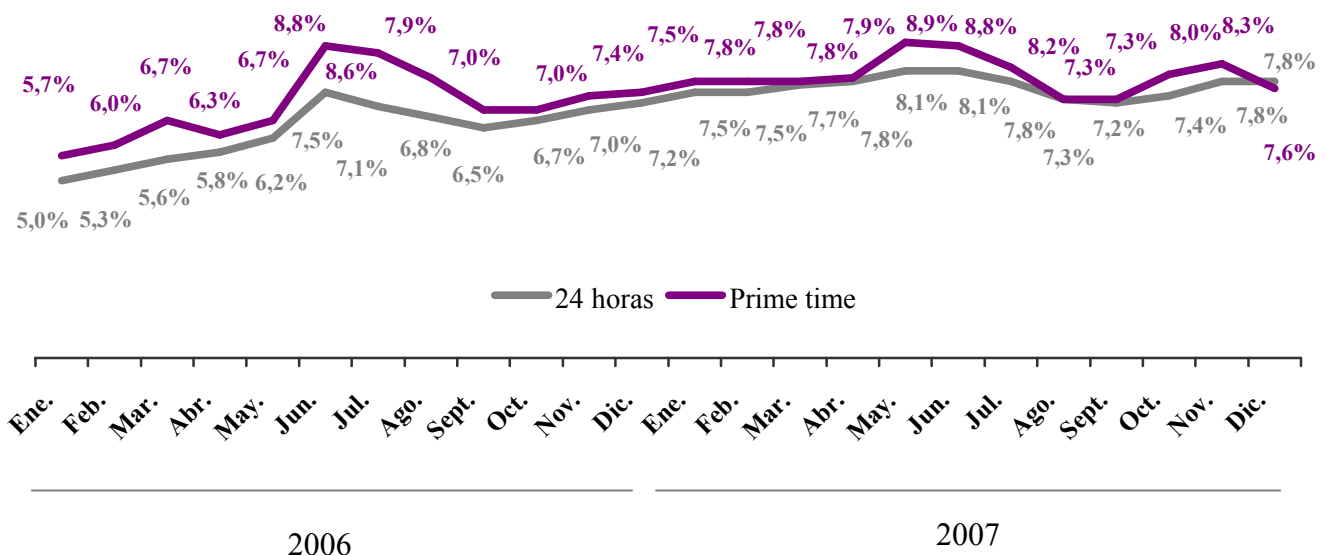
### AUDIENCIA CUATRO

En 2007, Cuatro se ha consolidado como una nueva opción dentro del escenario televisivo del mercado español de televisión en abierto.

Cuatro ha obtenido en 2007 una audiencia media de 7,7%, en comparación con el 6,4% obtenido en 2006.

Los datos de audiencia de Cuatro continúan mostrando una evolución creciente. En el mes de diciembre de 2007, la audiencia mensual media (24 horas) se sitúa en el 7,8%, frente al 7,2% que había logrado tanto en diciembre de 2006 como al final del trimestre anterior, en el mes de septiembre de 2007, destacando los resultados de los programas incorporados durante la presente temporada.

Los datos de audiencia han sido los siguientes:



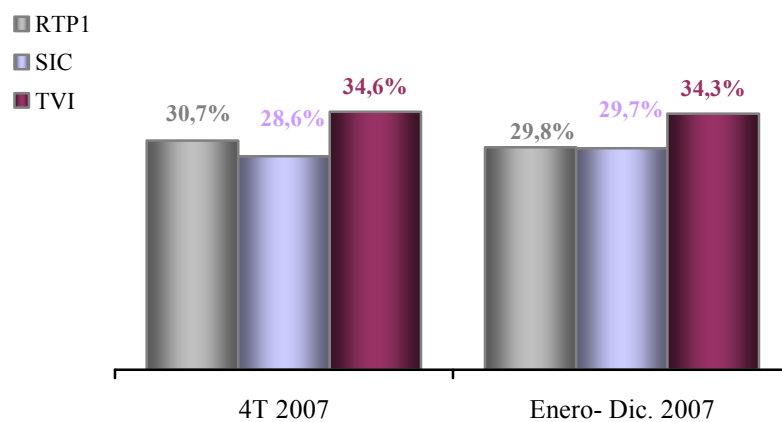
La audiencia media en diciembre de 2007 en los perfiles más interesantes para los anunciantes alcanzan el 9,5% en *target* comercial y 10,4% en el *core target* comercial y reflejan también la favorable acogida de la programación y el perfil comercial de la cadena.

## Anexo V

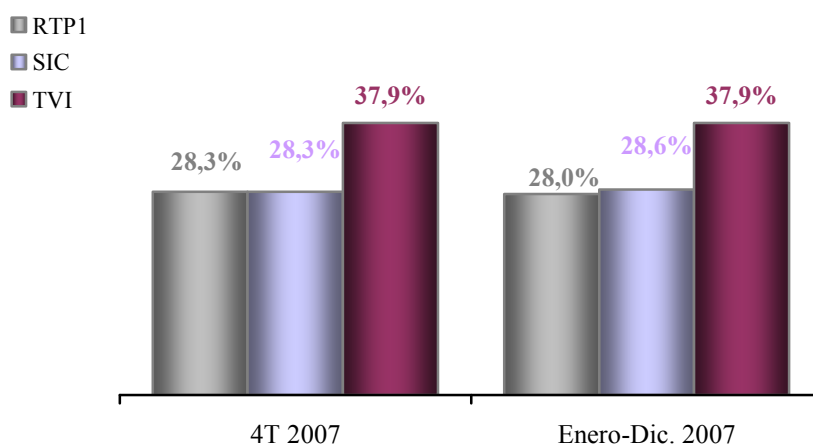
### **AUDIENCIA TVI (Portugal)**

TVI, la cadena de televisión en abierto de Media Capital, mantiene su liderazgo en Portugal, tanto en audiencia 24 horas como en *prime time*. La evolución de la audiencia con respecto a sus principales competidores durante el ejercicio 2007 es la siguiente:

#### Evolución de la audiencia 24 horas



#### Evolución de la audiencia *Prime time*

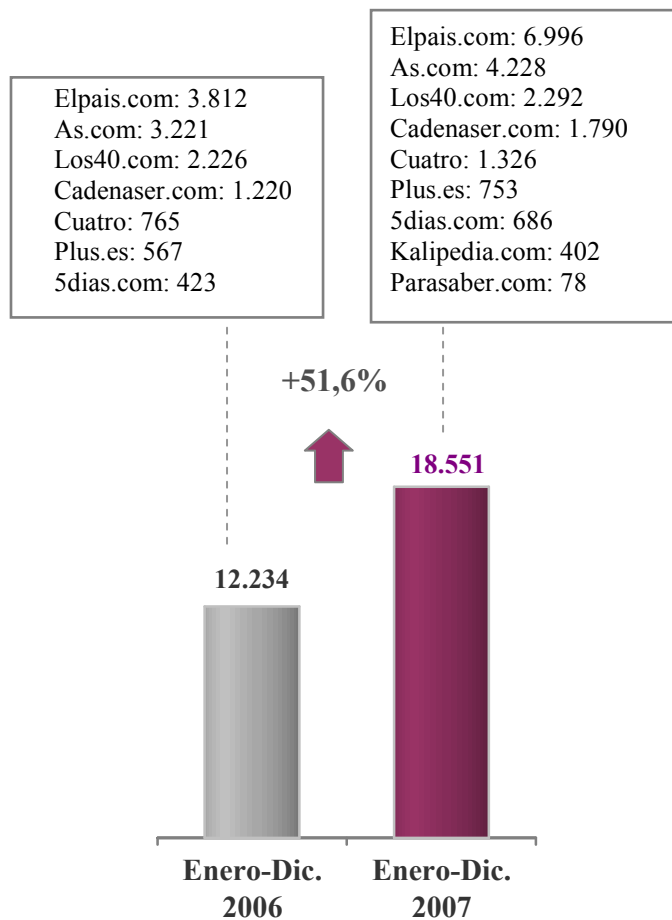


**Anexo VI**

**USUARIOS ÚNICOS PRISACOM: Promedio usuarios únicos (en miles).**

Durante el ejercicio 2007, Prisacom ha impulsado un nuevo proyecto online llamado **ParaSaber.com** ([www.parasaber.com](http://www.parasaber.com)), web de guías prácticas que ofrece más de 20 guías temáticas realizadas por expertos y cuenta con la participación activa de los usuarios.

También durante el ejercicio 2007, Santillana y Prisacom han desarrollado **Kalipedia**, ([www.kalipedia.com](http://www.kalipedia.com)), herramienta cuyo objetivo es poner a disposición de toda la sociedad una web de ayuda al estudio y a la enseñanza, de acceso libre y gratuito.



(\*) Fuente: estimaciones internas.

**Para más información:**

Grupo Prisa  
Departamento de Relación con Inversores  
Gran Vía 32, 6ª Planta  
Teléfono: +34- 91-330-10-85  
Fax: +34- 91-330-10-88  
E-mail: [ir@prisa.es](mailto:ir@prisa.es)  
[www.prisa.es](http://www.prisa.es)