



Recoletos Grupo de Comunicación

Resultados Tercer Trimestre 2001

- ✍ Los ingresos de Recoletos Grupo de Comunicación alcanzaron los 180 millones de euros en el tercer trimestre 2001, un 7,7% más que enero-septiembre 2000.
- ✍ Las actividades tradicionales del Grupo muestran un comportamiento muy satisfactorio dado el actual entorno recesivo. Frente a una caída estimada en España superior al 10%, los ingresos subyacentes crecen un 2,9% y el EBITDA subyacente cae un 10%.
- ✍ Los nuevos desarrollos del Grupo (nuevos mercados: Argentina; y nuevos canales: Internet, radio y TV) conllevan un incremento sustancial de los costes, que penaliza la cuenta de resultados consolidada. A nivel consolidado el EBITDA cae un 30%.
- ✍ Recoletos ha hecho un gran esfuerzo para reducir la base de costes de los nuevos desarrollos durante el ejercicio 2001, de manera que las perspectivas de estos negocios para los próximos ejercicios son muy positivas.
- ✍ El plan de reducción de costes adoptado por Recoletos a comienzos de año está consiguiendo sus objetivos, con una progresiva desaceleración del crecimiento de los costes.
- ✍ El resultado consolidado antes de impuestos de la cuenta de explotación subyacente (excluyendo Argentina, Internet y nuevos negocios) fue de 23,1 millones de euros, un 38,6% menos que enero-septiembre de 2000 y el resultado neto de la cuenta de explotación consolidada fue 3,5 millones de euros, un 83,6% menos que en los nueve primeros meses del año pasado.

El dato más destacable de los resultados acumulados de Recoletos Grupo de Comunicación en el tercer trimestre de 2001 es el comportamiento en general recurrente que consiguen los productos tradicionales del grupo en un periodo declaradamente adverso para el sector de medios de comunicación.

La desaceleración del crecimiento económico, que se ha visto agravada por los atentados terroristas a EEUU el 11 de Septiembre, ha tenido un impacto muy negativo en el mercado de la publicidad. En España, la inversión publicitaria ha sufrido una caída estimada de más del 10% en los primeros 9 meses del año.

En este difícil entorno, el comportamiento de los principales soportes de Recoletos (prensa escrita en España) ha sido claramente mejor que el de sus competidores, gracias al liderazgo y la especialización de las publicaciones del Grupo. Los ingresos totales de estos productos han crecido cerca del 3%, mientras que las ventas de publicidad han sufrido una caída moderada (-4%). La rentabilidad se ha resentido, con una caída del EBITDA subyacente del 10%, pero los márgenes se han mantenido a niveles satisfactorios.

Los resultados consolidados del Grupo sufren una fuerte caída por el desarrollo de nuevos negocios en distintos canales de distribución (Internet, radio, TV) y en nuevos mercados geográficos (Argentina). El ejercicio 2001 se caracteriza por un importante esfuerzo para el lanzamiento de nuevos productos y por la reducción significativa de la base de costes de estos nuevos desarrollos. El fuerte aumento de costes registrado en 2001 marca un punto de inflexión, que garantiza una mayor rentabilidad de los nuevos desarrollos en los próximos ejercicios.

La cuenta de resultados subyacente, que excluye a nuevos negocios, a inversiones fuera de España y al desarrollo de actividades de Internet, muestra un ligero deterioro de los márgenes. El beneficio bruto cae 4.4% y el resultado operativo (EBITDA) desciende un 10.1%. En el contexto de unos meses muy difíciles para la industria de producción y distribución de prensa y revistas, estos márgenes son francamente alentadores.

A pesar de la adversidad, los dos principales negocios de Recoletos Grupo de Comunicación – los diarios *Marca* y *Expansión* – mantienen un claro liderazgo y una cuota cómodamente por encima del 50% de sus respectivos

sectores. *Actualidad Económica* es líder y referente entre las revistas semanales de negocios, *Telva* ha aumentado significativamente sus ventas y ha alcanzado el liderazgo en el segmento mujer y moda y *Diario Médico* reafirma su presencia dominante en el área de sanidad.

Los costes, enero-septiembre, en la cuenta de resultados subyacente aumentaron en un 7%, un crecimiento moderado habida cuenta que el precio del papel se encareció un 25%. El aumento de costes en la cuenta de explotación consolidada (+21.2%) se debe fundamentalmente a las actividades del grupo en Argentina y en nuevos desarrollos.

Recoletos ha implementado a lo largo de 2001 un plan de reducción de costes para contrarrestar la debilidad de la demanda y el aumento de costes externos, como la subida del precio del papel. Los efectos de este plan se están reflejando en una ralentización del crecimiento de los costes (tanto directos como centrales). En este sentido, los datos de los últimos meses permiten mantener los objetivos marcados para el ejercicio 2001.

Las inversiones en nuevas actividades cumplen con lo presupuestado y aumentarán significativamente el tamaño del grupo en el medio y largo plazo. Recoletos, con el pleno apoyo de sus accionistas, se reafirma en su doble estrategia de diversificación: la geográfica en el mundo de habla español y portugués, que es su mercado natural; y la de nuevos canales para la distribución de sus contenidos.

El Grupo está especialmente satisfecho con el recorrido de sus actividades en Internet. La suma de los niveles de tráfico de los distintos portales de Internet operados por Recoletos es superior a la de cualquier otro grupo mediático y Recoletos ha conseguido esta posición de liderazgo en la red a un coste muy inferior a la que incurren otros medios de comunicación con actividades de Internet. Recoletos prevé que las pérdidas de su negocio de Internet serán sensiblemente inferiores en 2002; a final de este año la base de costes del área red en Recoletos será muy inferior a lo que fue a comienzos de 2001.

Entre los hitos conseguidos por el Grupo en los últimos meses cabe destacar:

El relanzamiento de *El Cronista*, diario decano de la prensa económica en Buenos Aires, que fue adquirido por Recoletos en octubre 2000. *El*

Cronista ha recuperado su prestigio, aumenta su cuota de inversión de publicitaria y ha rebajado sustancialmente la base de sus costes.

El aumento, del 15% al 37.4%, de la participación de Recoletos en Ediciones Financieras, sociedad editora de *Diario Financiero* en Santiago de Chile. La eficaz gestión de *Diario Financiero*, compartida por Recoletos con su socio local, el Grupo Claro, ha conseguido convertir la publicación en el líder en audiencia, venta en quioscos e inversión publicitaria de la prensa económica chilena. *Diario Financiero* ha emprendido con éxito su desarrollo en Internet y es uno de los sitios especializados en economía y finanzas de Internet más visitados en Chile. Ha iniciado, también, actividades en el negocio de conferencias y formación de ejecutivos y en la actualidad estudia nuevos desarrollos en el ámbito de los contenidos económicos y financieros.

El lanzamiento de *Correo Farmacéutico* que se ha convertido en un gran éxito al alcanzar las cuotas de publicidad que ya están consolidadas en *Diario Médico*, la publicación de referencia en el sector de la sanidad.

El lanzamiento de *Radio Marca Madrid* y *Radio Marca Valencia*. Estas iniciativas responden a la vocación de Marca, líder absoluto de la prensa escrita deportiva en España, de aumentar significativamente su audiencia a través de medios audiovisuales.

Expansión Televisión cumplió sus tres años en antena celebrando su claro liderazgo como medio televisivo en el área de economía y finanzas. *Expansión Televisión* ha conseguido el *break even* operativo en un tiempo récord y dos años antes de lo previsto en su plan de negocios inicial.

Para más información, llamar a:
Tom Burns Marañón,
Director de Comunicación,
Recoletos Grupo de Comunicación S.A.
91 321 5208.

Madrid, 16 de noviembre de 2001

Cuenta de Explotación Consolidada Tercer Trimestre			
	Acumulado		Variación
	2001	2000	
Publicidad	77,6	72,4	7,1%
Venta de Publicaciones	87,4	79,0	10,6%
Otros	15,0	15,6	(4,0%)
Total Ingresos	180,0	167,1	7,7%
Costes	139,7	115,2	21,2%
EBITDA	29,8	43,1	(30,9%)
Resultado Consolidado	3,5	21,1	(83,6%)

Cifras en millones de euros

Cuenta de Explotación Consolidada Tercer Trimestre Subyacente (excluye Argentina y nuevos negocios)			
	Acumulado		Variación
	2001	2000	
Publicidad	64,7	67,5	(4,2%)
Venta de Publicaciones	84,7	77,7	8,9%
Otros	12,5	12,1	2,8%
Total Ingresos	161,8	157,3	2,9%
Costes	107,3	100,3	7,0%
EBITDA	42,5	47,3	(10,1%)
Resultado Consolidado antes de Impuestos	23,1	37,3	(38,1%)

Cifras en millones de euros