



informe anual
2005

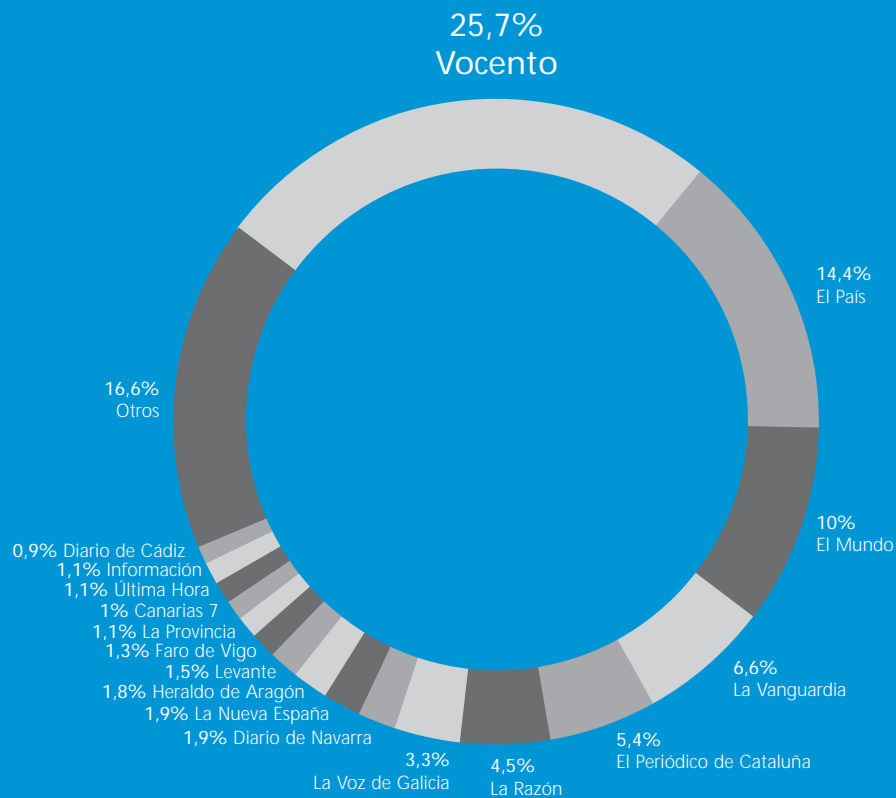
vocento

en cifras

Principales magnitudes

Millones de euros	2004	2005
Ventas	718,4	794,5
<i>Variación</i>		10,6%
EBITDA	108,4	107,4
<i>Margen</i>	15,1%	13,5%
Resultado de explotación	79,2	81,0
<i>Margen</i>	11,0%	10,2%
Beneficio neto del ejercicio	149,0	114,2
<i>Variación</i>		(23,3%)
Activo total	850,7	956,7
Patrimonio neto accionistas del grupo	484,0	546,0
Posición financiera neta (deuda) / caja	207,3	227,7
Dividendo bruto	39,0	25,0
Circulación diaria (ejemplares)	814.801	810.446
Empleados	3.813	4.093

Difusión

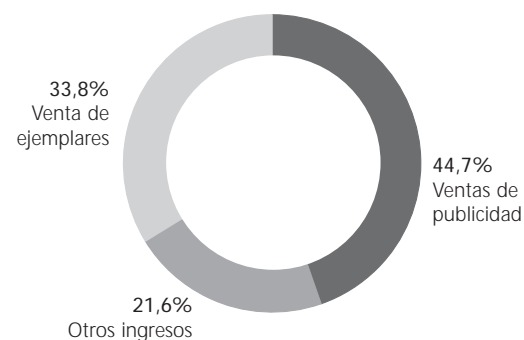


Fuente: datos mensuales OJD 2005, pendiente de certificación anual

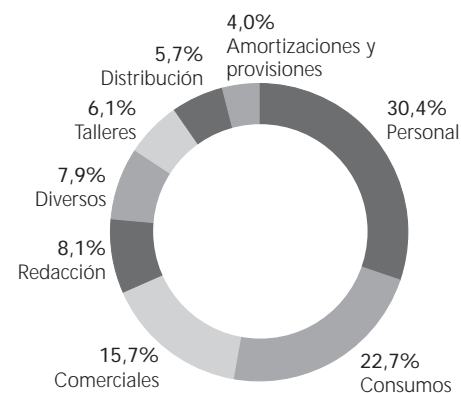
cuenta de resultados NIIF

Millones de euros	2004	2005	Variación (%)	% s/ventas 2005
Ventas de ejemplares	262,6	268,3	2,2%	33,8%
Ventas de publicidad	326,1	354,9	8,8%	44,7%
Otros ingresos	129,7	171,3	32,0%	21,6%
Ingresos de explotación	718,4	794,5	10,6%	100,0%
Personal	(194,0)	(216,7)	11,7%	27,3%
Consumos	(152,5)	(161,8)	6,1%	20,4%
Comerciales	(89,6)	(111,7)	24,7%	14,1%
Talleres	(34,5)	(43,6)	26,3%	5,5%
Redacción	(42,2)	(58,0)	37,4%	7,3%
Distribución	(38,7)	(40,4)	4,4%	5,1%
Diversos	(50,2)	(56,6)	12,7%	7,1%
Amortizaciones y provisiones	(37,6)	(24,5)	(34,6%)	3,1%
Gastos de explotación	(639,3)	(713,4)	11,6%	89,8%
Resultado de explotación	79,2	81,0	2,4%	10,2%
Saneamiento activos intangibles	(2,9)	(0,2)	(94,5%)	0,0%
Resultado de sociedades por el método de participación	31,6	40,4	27,9%	5,1%
Diferencial financiero	(0,7)	2,5	(455,8%)	0,3%
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	82,8	19,4	(76,6%)	2,4%
Beneficio antes de impuestos	190,1	143,2	(24,7%)	18,0%
Impuesto sobre sociedades	(41,1)	(29,0)	(29,5%)	3,6%
Beneficio neto del ejercicio	149,0	114,2	(23,3%)	14,4%
Accionistas minoritarios	(8,1)	(11,3)	39,8%	1,4%
Beneficio atribuible a la sociedad dominante	140,9	102,9	(27,0%)	12,9%

Distribución de los ingresos



Distribución de los gastos



balance

de situación NIIF

ACTIVO NIIF (Millones de euros)	31/12/2004	31/12/2005	PASIVO NIIF (Millones de euros)	31/12/2004	31/12/2005
ACTIVOS NO CORRIENTES	459,3	471,7	PATRIMONIO NETO	543,0	607,5
Inmovilizado material	208,1	197,3	Capital suscrito	25,0	25,0
Fondo de comercio	42,1	55,7	Reservas	343,1	426,1
Otros activos intangibles	6,8	15,0	Resultado neto del periodo	140,9	102,9
Participaciones por el método de participación	127,5	138,0	Dividendo a cuenta	(25,0)	(8,0)
Impuestos diferidos activos	66,1	56,9	Intereses minoritarios	59,0	61,5
Otros activos no corrientes	8,8	8,6			
ACTIVOS CORRIENTES	391,4	485,0	PASIVOS NO CORRIENTES	134,8	154,6
Existencias	17,7	24,0	Ingresos diferidos	4,0	3,3
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	129,2	154,9	Provisiones	34,7	30,3
Administraciones públicas	10,1	18,6	Deuda financiera	22,4	52,0
Efectivo y otros medios equivalentes	234,4	287,5	Otras cuentas a pagar no corrientes	55,3	51,9
			Impuestos diferidos pasivos	18,5	17,2
			PASIVOS CORRIENTES	172,9	194,5
			Deuda financiera	4,6	7,8
			Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	148,4	165,2
			Administraciones públicas	19,9	21,5
TOTAL ACTIVO	850,7	956,7	TOTAL PASIVO	850,7	956,7

hitos históricos vocento

- 1875 El Noticiero Bilbaino
El Noticiero Bilbaino
- 1891 "Blanco y Negro"
"Blanco y Negro"
- 1903 ABC (semanal) con el subtítulo de
"Crónica Universal Ilustrada"
*ABC (weekly), subtitled
"Crónica Universal Ilustrada"*
- 1909 Constitución de Prensa Española, S.A.
Incorporation of Prensa Española, S.A.
- 1910 El Pueblo Vasco
El Pueblo Vasco
- 1929 ABC Sevilla
ABC Sevilla
- 1938 El Correo Español-El Pueblo Vasco
El Correo Español-El Pueblo Vasco
- 1945 Constitución de Bilbao Editorial, S.A.
Incorporation of Bilbao Editorial, S.A.
- 1948 Adquisición de El Diario Vasco
Acquisition of El Diario Vasco
- 1984 Adquisición de El Diario Montañés
Acquisition of El Diario Montañés
- 1988 Adquisición de Ideal (Granada)
Acquisition of Ideal (Granada)
- 1988 Adquisición de La Verdad (Murcia)
Acquisition of La Verdad (Murcia)
- 1988 Adquisición Hoy (Extremadura)
Acquisition of Hoy (Extremadura)
- 1990 Adquisición de Sur (Málaga)
Acquisition of Sur (Málaga)
- 1993 Adquisición de La Rioja
Acquisition of La Rioja
- 1994 Adquisición de El Norte de Castilla
(Valladolid)
*Acquisition of El Norte de Castilla
(Valladolid)*
- 1995 Adquisición de El Comercio (Asturias)
Acquisition of El Comercio (Asturias)
- 1996 Adquisición de La Voz de Avilés
Acquisition of La Voz de Avilés
- 1996 Adquisición de un 25% de Telecinco
Acquisition of 25% of Telecinco
- 1996 Adquisición de Sarenet
Acquisition of Sarenet
- 1996 Adquisición del 53% de Taller de Editores
Acquisition of 53% of Taller de Editores
- 1999 Expansión internacional: toma de un
33% de Cimeco, propietaria de los dia
rios La Voz del Interior y Los Andes
*International expansion: acquisition of a
33% shareholding in Cimeco, owner of
the La Voz del Interior and Los Andes
newspapers*
- 1999 Adquisición del 30% de Europroducciones
Acquisition of 30% of Europroducciones
- 2000 Adquisición de un 36% de Las Provincias
Acquisition of 36% of Las Provincias
- 2000 El noticiero de las ideas
El noticiero de las ideas
- 2000 Adquisición de la revista Inversión
Acquisition of the magazine Inversión
- 2000 Adquisición de un 20% de Árbol
Producciones
*Acquisition of a 20% shareholding in
Árbol Producciones*
- 2000 Concesión de una licencia de televisión
digital de ámbito nacional (Net TV)
*Nationwide digital television license
(Net TV)*
- 2001 Fusión de Grupo Correo y Prensa Española
*Merger between Grupo Correo and
Prensa Española*
- 2003 Vocento, nueva denominación del Grupo
Vocento, new name of the Group
- 2004 Lanzamiento de Punto Radio
Launch of Punto Radio
- 2004 Lanzamiento de la revista "Gala"
Launch of the magazine "Gala"
- 2004 Lanzamiento de La Voz de Cádiz
Launch of La Voz de Cádiz
- 2005 Apuesta por la Televisión Local y la TDT
Focus on local TV and DTT
Lanzamiento de Punto TV
Launch of Punto TV
Fly Music, segundo canal de Televisión
Digital
Fly Music, second-ranking DTT channel
- 2005 Reestructuración de Veralia, holding de
productoras
*Veralia restructured as TV production
holding company*
- 2005 Potenciación del carácter local de ABC
en Sevilla
ABC's local foothold in Sevilla enhanced

vocento

1 periódico nacional

12 periódicos líderes regionales

1 agencia de noticias

3 suplementos líderes

Telecinco

Red de 48 televisiones locales

Televisiones digitales y radios digitales

3 productoras de cine y televisión

Punto Radio

Liderazgo en internet

Portales locales

Portal generalista

Portales verticales

B2C y B2B

Índice Contents

Carta del Presidente <i>Chairman's message</i>	2
Carta del Vicepresidente y Consejero Delegado <i>Message from the Vice-Chairman and CEO</i>	6
Consejo de Administración <i>Board of Directors</i>	10
Gobierno Corporativo <i>Corporate Governance</i>	11
Equipo Directivo <i>Management Team</i>	15
Estructura Organizativa <i>Corporate Structure</i>	16
Tres divisiones <i>Three divisions</i>	18
Medios impresos <i>Print media</i>	20
Audiovisual <i>Audiovisual</i>	52
Diversificación e internacionalización <i>Diversification and internationalisation</i>	70
Recursos Humanos <i>Human Resources</i>	86
Fundación Vocento <i>Vocento Foundation</i>	92
Memoria económica <i>Financial statements</i>	96
Directorio <i>Addresses</i>	172

Carta del Presidente



La trayectoria centenaria de Vocento se ha sustentado en el compromiso informativo con las personas que a lo largo de tantos años han confiado en nuestras cabeceras, en la calidad humana de nuestros excelentes profesionales y en el servicio que desde la comunicación hemos querido prestar a la sociedad y a quienes en ella requieren de mayor atención y protección.

Junto a los objetivos empresariales que definen a nuestro grupo, sentimos la obligación de trabajar en pos de una mejora de las condiciones de vida de todos los que están a nuestro alrededor, devolver a la sociedad lo que ésta nos entrega cada vez que nos elige para informarse o entretenerse y contribuir así al progreso general.

Con este firme propósito, en 2005 Vocento entró a formar parte de la Fundación Empresa y Sociedad, con la intención de intensificar nuestra labor cívica y lograr la imbricación de las actitudes socialmente responsables en toda la organización.

Porque, además, un grupo de comunicación está inevitablemente unido a la realidad circundante, a las vidas y devenires de su audiencia que lo legitima cada vez que acude a él. Este hecho nos brinda una notable capacidad para liderar proyectos y es ahí reside el doble reto: el propio de cooperar a crear un mundo mejor y el de movilizar al público en pos de proyectos socialmente responsables.

En los últimos tiempos estamos asistiendo a noticias que muestran cómo se acentúan las diferencias entre ricos y pobres: como azotan las desgracias naturales a estos últimos y los efectos que tienen sobre los países más desfavorecidos.

La brecha se está haciendo cada vez mayor y ya no es únicamente una distinción entre países o continentes, está en nuestras ciudades, en nuestro entorno. Los medios somos testigos de excepción de esta realidad, lo hemos sido de un trágico 2005, y no podemos mantenernos impasibles.

Sentimos la obligación de trabajar en pos de una mejora de las condiciones de vida de todos los que están a nuestro alrededor.

Asimismo, creo firmemente que la responsabilidad social de la empresa pasa por fomentar el desarrollo integral de la persona en su entorno de trabajo: de su parte profesional y de la personal. Lograr la vinculación de todos con el proyecto empresarial y la toma de decisiones y potenciar una fuerte cultura de trabajo en grupo son claros propósitos de nuestra organización: la interacción entre los miembros de un equipo con capacidades complementarias y comprometidas con un propósito repercute en un trabajo bien hecho y, por ende, en la satisfacción personal de todos aquellos que día a día trabajamos en Vocento.

Vivimos un momento crucial, social y empresarialmente, donde la fuerza de todos es un requisito imprescindible para lograr objetivos. Es nuestra obligación crear el entorno de trabajo necesario para poner en valor a las personas y sus potencialidades, promover actitudes proactivas, generadoras de innovación.

Soñamos, y trabajamos con este fin, con conformar y alentar buenos equipos, conocer a quienes trabajan con nosotros, sus inquietudes y potencialidades y conseguir que estén satisfechos en el lugar en el que están trabajando. Sólo de esta manera se puede lograr una vinculación con el proyecto común y que continúen existiendo algunas de las actitudes que nos han traído hasta aquí y que nos gustaría que siguieran presentes: agilidad, conocimiento del entorno, actitudes curiosas y abiertas, unidas al tiento, a la serenidad y a la mesura. Queremos concentrarnos en la gente, en la colaboración, el apoyo y el entendimiento.

Tenemos muchos frentes abiertos en una realidad compleja y un entorno exigente y cambiante. Pero esto no puede alejarnos del compromiso ineludible con las personas, el verdadero potencial de esta empresa está en todas y cada una de las que la conformamos, en la unión de inteligencias y voluntades. Y es desde este convencimiento desde el cual afrontamos este ilusionante proyecto empresarial y editorial.



Santiago de Ybarra Churrucá

Chairman's message

Vocento's century-long history is underpinned by a commitment to inform the readers who have relied on our mastheads down through the years, by the values of our superb professionals, and by the communication-based services which we seek to provide to society and to its members who are most in need of attention and protection.

In addition to the business objectives that define our group, we are also driven to improve the living standards of people in general and to give back to society what it gives to us every time it chooses us for information or entertainment, thus contributing to progress of society as a whole.

It was with this aim that Vocento joined Fundación Empresa y Sociedad in 2005, the intention being to enhance our civic work and imbue the entire organisation with socially-responsible attitudes.

This is because a communications group is inextricably bound to the society in which it operates and to the fate of its readers, listeners and viewers, who are its *raison d'être*. This gives us considerable capacity to lead projects, which poses a dual challenge: cooperating to make a better world and mobilising the public in support of socially-responsible projects.

Recent events have revealed a growing gap between rich and poor: the impact of natural disasters on the poor and on the less developed nations.

The gap is widening steadily, and not just between continents or countries but also within our cities, in our immediate surroundings. The media are in an exceptional position to observe this situation, as in the tragic events of 2005, and we cannot merely be observers.

We are also driven to improve living standards in general.

Consequently, I firmly believe that corporate social responsibility requires us to encourage the full development, both professional and personal, of people in their work environment. Our goals as an organisation include implicating all parties in our business project and decision-making processes, and fostering a strong work-oriented culture: interaction between team members with complementary skills committed to a goal leads to a job well done and, consequently, to personal satisfaction on the part of all of us who work at Vocento.

We are at a crucial time, in social and business terms, and we must all contribute our efforts to attaining our objectives. It is our obligation to create the work environment in which people can attain their full potential and to foster pro-active attitudes and innovation.

The dream we pursue is to build and encourage good teams, know the people working with us, their concerns and potential, and ensure that they are satisfied to work with us. Only by doing so can we build commitment to the common project and maintain the attitudes that have brought us thus far: agility, knowledge of our milieu, curiosity and openness, coupled with serenity and good judgement. Our goal is to concentrate on people, cooperation, support and understanding.

We are working on many fronts in a complex reality and a demanding, changing environment. However, that should not cause us to deviate from our commitment to people, since the company's true potential lies in combining the intelligence and will of all participants. That conviction is what drives this exciting business and publishing venture.



Santiago de Ybarra Churruca



Carta del Vicepresidente y Consejero Delegado

Nos ha correspondido vivir en un tiempo de cambios. Cambios que afectan a muchos y muy diversos aspectos de nuestra vida. Pero lo característico de nuestro tiempo es que los avances tecnológicos, los hábitos sociales y los propios valores experimentan esos cambios de forma vertiginosa. Como si cada jornada de los comienzos del siglo XXI nos ofreciera tantos movimientos y novedades como una década en los inicios del siglo pasado. Los medios de comunicación son, a la vez, el espejo de esta transformación cotidiana y la ventana a través de la cual las sociedades informadas contemplan el presente como adelanto del futuro inmediato. Quienes tenemos la responsabilidad de dirigir un grupo de comunicación como Vocento nos enfrentamos, por ello, a un doble desafío: situarnos a la cabeza de la innovación en métodos y productos y a la altura editorial que requiere una sociedad en cambio. Esos son, también, dos de nuestros grandes objetivos empresariales, conscientes de que jugamos un importante papel en la creación de entornos para el debate público que nos obliga a prestar un servicio informativo y editorial como primera necesidad para toda sociedad libre.

En este mundo a la vez diverso y compactado de la comunicación los diarios son, sin duda, los referentes fundamentales de solvencia y credibilidad. Es a partir de los diarios, de su larga y rentable trayectoria, sobre los que se ha ido alzando Vocento. Pero ya ningún soporte informativo nos es ajeno y todos son compatibles en una visión integral tanto del hecho comunicativo como del proyecto empresarial. Han desaparecido las fronteras entre los distintos medios de comunicación: radio, televisión, prensa, Internet, telefonía móvil. El concepto de la comunicación es global, integra todos los soportes, emplea todos los lenguajes y amplía continuamente los mecanismos de transmisión. Hoy podemos constatar el acierto que supuso nuestro compromiso multimedia. Comenzando por la versión on-line de los diarios, por el desarrollo de portales verticales y de las aplicaciones que les son propias, adecuando en cada caso los contenidos textuales y audiovisuales que nos ha permitido potenciar la interacción con los lectores-usuarios.

Hemos querido apostar por hacer bien lo que mejor se nos da: informar y entretener, dar un salto cualitativo en nuestros productos para llegar con más eficacia a un, cada vez más, exigente lector, oyente, usuario o telespectador en un escenario con una fuerte concurrencia de canales de información y de ofertas de entretenimiento y cultura. Para ello hemos optimizado nuestros recursos humanos y profesionales y los medios materiales de que disponemos aprovechando al máximo todos aquellos recursos susceptibles de ser compartidos, desde los centros de impresión hasta los contenidos informativos. Siguiendo esos mismos criterios hemos integrado nuestras televisiones locales y regionales desde el punto de vista de la comercialización y la identidad común. Hemos reorganizado nuestra participación en la producción televisiva y de ficción para propiciar la necesaria colaboración entre empresas del mismo sector. Y hemos situado a nuestra radio en unas cotas de audiencia adecuadas para asegurar en ejercicios venideros la expansión de su red de emisoras y aplicar la mejora constante de su programación.

Muchas de las medidas que hemos adoptado durante este último año han ido encaminadas a crear un grupo compacto.

Asimismo, hemos potenciado nuestra presencia en Internet, haciendo un esfuerzo en el desarrollo de productos de calidad y apoyado en la experiencia y el conocimiento de este mundo.

En este aspecto, creo importante recordar que muchas de las medidas que hemos adoptado durante este último año han ido encaminadas a crear un grupo compacto: la sintonía entre la gestión empresarial y la editorial resulta clave para un grupo maduro, solvente y con una clara línea de desarrollo y crecimiento. Desarrollo llevado a cabo gracias a la capacidad de adaptación y altas dosis de serenidad, decisión y riesgo: no perderle la cara al desafío, pero afrontarlo con las debidas cautelas. Para lo que resulta preciso reconocer los nuevos escenarios, planificar, establecer la estrategia adecuada y operar en equipo con la máxima profesionalidad.

Hemos cerrado un buen ejercicio económico, con unos ingresos que alcanzan los 794,5 millones de euros, un 10,6% superior respecto al ejercicio anterior y un resultado neto de 114,2 millones de euros. Dichas magnitudes financieras nos sitúan en una posición privilegiada para competir por el liderazgo de la comunicación en nuestro país.

El tamaño empresarial es decisivo para poder plasmar esta realidad, especialmente en un entorno complejo, competitivo y multimedia. El crecimiento de Vocento, tanto orgánico como por adquisiciones, es uno de nuestros principales objetivos para el 2006 y los años venideros. Tenemos fuerza financiera, un equipo profesional cohesionado y eficaz, y una estructura consolidada a lo largo de los años. Son las bases sobre las que el grupo está en condiciones de acometer proyectos de envergadura en pos de la internacionalización de nuestro proyecto empresarial y editorial y el desarrollo multimedia de nuestras cabeceras y productos.

Por todo esto podemos mirar hacia el futuro con optimismo. Avanzamos por la senda de la innovación constante y la consolidación de cada proyecto nuevo. Un compromiso que, al mismo tiempo, se sustenta y potencia los valores que identifican al grupo: la búsqueda de la excelencia, la vocación de liderazgo, la independencia profesional, la rentabilidad que la hace posible, y todo ello al servicio de la veracidad y el rigor que demanda la ciudadanía.



José María Bergareche

Message from the Vice-Chairman and CEO

We are living in a time of change – which is felt in many varied aspects of our lives. But the characteristic feature of our time is that technology, our social habits and our values are experiencing changes at a very rapid pace. It seems as if each day of the 21st century brings as many changes as a decade of the 20th century. The media are both a reflection of this transformation and the window through which informed societies view the present as a forerunner of the immediate future. Those of us with the responsibility of managing a communications group, such as Vocento, face a twin challenge: to stay at the forefront of innovation in methods and products while providing quality publications that meet the needs of a changing society. They are also two of our main business goals, in the awareness that we play an important role in setting the scene for public debate, which obliges us to provide a news and editorial function that is vital for any free society.

In the ever-more diverse and compact world of communication, newspapers enjoy undisputable credibility. Newspapers, with their long track record of profitability, are the foundation of the Vocento group. But now we are involved in all the media, and all are compatible with a comprehensive vision of communication as a business project. The frontiers between the various media have been demolished: radio, television, newspapers, internet and mobile telephony. The concept of communications now encompasses all media, uses all languages and is constantly expanding its means of transmission. We now see that our focus on multimedia was the right move. Beginning with the on-line versions of our newspapers, the development of vertical portals and specific applications, adapting the text and audiovisual content in each case, have enabled us to enhance interactions with our readers/users.

We decided to focus on what we do best: inform and entertain, make a quantum leap with our products to reach, more efficiently, an increasingly demanding base of readers, listeners, viewers and users, in a situation of fierce competition among information channels and leisure and culture offerings. To this end, we have optimised our human and material resources so as to take full advantage of those that can be shared, ranging from printing plants to news content. Under this approach, we have integrated our local and regional televisions in terms of marketing and shared image. We have reorganised our holdings in television and drama production businesses to foster cooperation between companies in the same sector. And we have attained radio audience figures that are sufficient to ensure future growth in our network of stations and improve programming on a continuous basis.

Many of the measures adopted in 2005 were aimed at creating a compact group.

We have also enhanced our internet presence, making an effort to develop quality products, supported by experience and knowledge of this medium.

In this connection, I believe it is important to highlight that many of the measures we adopted in the last year have been aimed at creating a compact group: business management attuned to editorial policy is vital for a mature, solvent group that is developing and expanding. Development attained through our adaptability coupled with good judgment and the ability to make decisions and take risks: not avoiding the challenges but facing them with the necessary precautions. To this end, it is necessary to be able to recognise new scenarios, plan, establish the appropriate strategy, and work in a team to the highest standards of professionalism.

We had a good year in 2005, with revenues totalling 794.5 million euro, 10.6% more than in 2004, and net profit of 114.2 million euro. Those figures put us in a privileged position to compete for leadership of the media in Spain.

Size is a decisive factor in attaining that goal, particularly in a complex, competitive multimedia market. Growth, both organic and via acquisitions, is one of Vocento's priorities in 2006 and the coming years. We have the financial muscle, an integrated, effective professional team, and a structure that has stood the test of time. Those are the foundations which enable the group to undertake large new projects in order to internationalise our business and communication project and develop our mastheads and products in various media.

Consequently, we look to the future with optimism. We are constantly innovating and working to establish each new project. This is a commitment which is based on and enhances our group's characteristic values: the pursuit of excellence, the drive to lead, professional independence, profitability which makes it all possible, and all at the service of the truth and rigour that citizens demand.



José María Bergareche

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE DE HONOR

D. Guillermo Luca de Tena Brunet

PRESIDENTE

D. Santiago de Ybarra Churruca*

VICEPRESIDENTE Y CONSEJERO DELEGADO

D. José M^a Bergareche Busquet*

VICEPRESIDENTES

D. Enrique de Ybarra Ybarra*

D^a. Catalina Luca de Tena García-Conde*

CONSEJERO ADJUNTO A LA PRESIDENCIA

D. Alejandro Echevarría Busquet*

VOCALES

D. Diego de Alcázar Silvela

D. Santiago Bergareche Busquet*

D^a. María del Carmen Careaga Salazar

D. Carlos Castellanos Borrego

D. Santiago Eguidazu Mayor*

D. Juan Entrecanales Azcárate

D. Nemesio Fernández-Cuesta Luca de Tena*

D. Juan Carlos Guerra Zunzunegui

D^a. Soledad Luca de Tena García-Conde*

D. Víctor Urrutia Vallejo*

D. Emilio de Ybarra Churruca*

D. Álvaro de Ybarra Zubiria*

Atlan Press, representada por D^a. Héléne Lemoine

SECRETARIO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y LETRADO ASESOR

D. Emilio de Palacios Caro

* pertenecen a la comisión delegada

GOBIERNO CORPORATIVO

En el ejercicio 2005, dada la importancia que para los grupos de comunicación tiene contar con un sistema de gobierno corporativo que oriente la estructura y funcionamiento de sus órganos sociales en interés del grupo, de sus accionistas y de la sociedad, se ha reforzado la transparencia y el buen gobierno corporativo de Vocento. Los principios básicos de la Responsabilidad Social Corporativa han estado presentes en el gobierno corporativo con el fin de generar un clima de confianza y transparencia entre los grupos de interés y los órganos de administración del grupo.

CORPORATE GOVERNANCE

Because of the importance for media groups of having a corporate governance system that orients the structure and functioning of its governing bodies towards the interests of the group, its shareholders and society, Vocento enhanced its transparency and corporate governance in 2005. The basic principles of Corporate Social Responsibility are incorporated into our corporate governance in order to generate a climate of trust and transparency between the group's stakeholders and its governing bodies.

Comisión Delegada

El Consejo de Administración, siempre con sujeción a las disposiciones legales vigentes, tiene delegadas sus facultades y atribuciones, salvo aquellas legal o estatutariamente indelegables, en una Comisión Delegada. Esta comisión proporciona al Consejo de Administración una mayor operatividad y eficacia en el ejercicio de sus funciones, facilitándole el apoyo necesario a través de los trabajos que realiza, especialmente en la medida en la que su composición es más reducida que la del Consejo y que se reúne con mayor frecuencia que éste.

Delegate Committee

In accordance with the legislation in force, the Board of Directors has delegated its powers to the Delegate Committee, apart from those whose delegation is prohibited by law or the company bylaws. That Committee enhances the Board of Directors' efficiency and efficacy, providing the necessary support, especially because it is smaller than the Board and meets more often.

Las relaciones entre ambos órganos están basadas en un principio de transparencia, de forma que el Consejo tiene conocimiento de las decisiones adoptadas por esta comisión.

A la fecha de este Informe, la Comisión Delegada está integrada por los miembros incluidos en el cuadro anterior.

Durante el ejercicio 2005, esta comisión ha conocido, además de las cuestiones relativas a la administración ordinaria del grupo, de aquellas cuestiones relativas a operaciones de inversión o desinversión y otras cuestiones estratégicas.

Relations between both bodies are based on the principle of transparency; the Board is informed of the decisions adopted by the Committee.

At the date of this report, the Delegate Committee comprises the members shown in the preceding table.

In 2005, that Committee handled the company's day-to-day administration, the company's investments and divestments, and other strategic matters.

En el año 2005, la Comisión Delegada ha celebrado 12 sesiones, de más de 3 horas de duración como media, contando en ciertas reuniones con la intervención de los principales Directivos del grupo para la exposición de las operaciones de inversión, en proceso de análisis, relativas a su respectiva área de competencia.

In 2005, the Delegate Committee held 12 meetings, which lasted over 3 hours on average; some meetings were attended by the Group's principal managers to present the investments being analysed in their respective departments.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Esta Comisión está integrada, a la fecha de este Informe, por los siguientes miembros:

	Fecha de nombramiento
Presidente:	
D. Álvaro de Ybarra y Zubiria	22 de octubre 2002
Vocales:	
D ^a . Soledad Luca de Tena y García-Conde	29 de septiembre 2005
D. Víctor Urrutia y Vallejo	22 de octubre 2002

Con fecha 22 de septiembre de 2005, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones informó favorablemente el nombramiento de D^a. Soledad Luca de Tena y García-Conde, como miembro de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, en sustitución de D. Nemesio Fernández-Cuesta Luca de Tena.

Todos los miembros de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento son Consejeros no ejecutivos. Además, de acuerdo con las recomendaciones internacionales más recientes en esta materia, todos los miembros de esta comisión poseen formación financiera.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento tiene el cometido de

asistir al Consejo de Administración en la supervisión, tanto de los estados financieros, como del ejercicio de la función de control de Vocento.

Entre sus principales funciones, entre otras, se incluyen: velar por la transparencia en la información económico-financiera de la sociedad a sus accionistas, evaluar los procedimientos y sistemas de elaboración de los estados financieros a someter al Consejo de Administración y vigilar por el respeto de los principios contables utilizados en su formulación, informar sobre las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión para su elevación al Consejo y formulación de acuerdo con la ley, así como estudiar el Informe de los

Audit and Compliance Committee

At the date of this report, this Committee comprises the following members:

	Date of appointment
Chairman:	
Álvaro de Ybarra y Zubiria	22 October 2002
Members:	
Soledad Luca de Tena y García-Conde	29 September 2005
Víctor Urrutia y Vallejo	22 October 2002

On 22 September 2005, the Appointments and Remuneration Committee approved the appointment of Soledad Luca de Tena y García-Conde as member of the Audit and Compliance Committee to replace Nemesio Fernandez-Cuesta Luca de Tena.

All the members of the Audit and Compliance Committee are non-executive directors. In accordance with the latest international recommendations, all the members of this Committee have a financial background.

The Audit and Compliance Committee assists the Board of Directors with monitoring the financial statements and overseeing Vocento.

Its main functions are as follows: monitor transparency in the economic and financial information that the company provides to its shareholders, assess the procedures and systems for drafting the financial statements to be submitted to the Board of Directors and ensure that the accounting principles are applied, report on the financial statements and directors' report to be submitted to the Board and authorised in accordance with law, and review the

Audidores de Cuentas, con especial atención a lo dispuesto en la Ley de Sociedades Anónimas. También es responsabilidad de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento el proponer al Consejo de Administración la designación del auditor de Cuentas externo, sus condiciones de contratación, el alcance de su mandato profesional y, en su caso, la renovación o revocación del mismo, así como supervisar su independencia.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento comprueba la adecuación e integridad de los sistemas internos de control a través de la función de la Dirección de Auditoría Interna, creada en 2004. Durante el ejercicio 2005 se ha

llevado a cabo el Plan de Auditoría Interna aprobado por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y elaborado sobre la base de la evaluación de riesgos realizada, comprobando la eficacia y eficiencia de los controles internos. La Dirección de Auditoría Interna ha colaborado eficazmente con esta comisión informando del cumplimiento del Plan de Auditoría Interna, de las conclusiones y recomendaciones efectuadas, y del grado de implantación de las mismas, orientadas a la mejora continua del sistema de control interno.

Durante el ejercicio 2005, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento ha mantenido reuniones con los auditores externos

para recabar su opinión sobre la auditoría de 2005 en curso y prestado especial atención a los efectos que las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) tendrían sobre los estados financieros consolidados de Vocento, S.A. y sus sociedades dependientes. En este sentido, el Consejo de Administración, teniendo en cuenta la recomendación favorable efectuada por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, aprobó en reunión celebrada el 24 de noviembre de 2005 la formulación de los estados financieros consolidados correspondientes a los ejercicios que se inicien a partir del 1 de enero de 2005 de acuerdo con NIIF adelantándose así a las futuras obligaciones legales al respecto. Las

cuentas anuales individuales de Vocento, S.A. así como de sus sociedades dependientes seguirán preparándose conforme a los criterios contables españoles.

La síntesis de los trabajos desarrollados por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se recoge en su Memoria de Actividades, cuya elaboración anual es una iniciativa adoptada voluntariamente en el compromiso con la transparencia y mejores prácticas en gobierno corporativo.

Durante el ejercicio 2005, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se ha reunido en tres ocasiones, contando en dos de ellas con la asistencia del auditor externo.

auditors' report, focusing particularly on the provisions of the Spanish Corporations Law. The Audit and Compliance Committee is also responsible for proposing, to the Board of Directors, the appointment of an external audit firm, its contract conditions, the scope of its professional mandate and renewal or revocation of its engagement, and for monitoring its independence.

The Audit and Compliance Committee checks the suitability and integrity of the internal control systems via the Internal Audit Department created in 2004. The Internal Audit Plan approved by the Audit and Compliance Committee

based on the risks assessed was implemented in 2005 after the efficacy and efficiency of internal controls had been checked. The Internal Audit Department collaborated effectively with the Committee and informed it of the compliance with the Internal Audit Plan, the conclusions and recommendations, and the degree of their implementation, with a view to ongoing improvement of the internal control system.

In 2005, the Audit and Compliance Committee held meetings with the external auditors to ascertain their opinion on the 2005 audit under

way, focusing especially on the effects of International Financial Reporting Standards (IFRS) on the consolidated financial statements of Vocento, S.A. and its subsidiaries. In this respect, based on the Audit and Compliance Committee's favourable recommendation, on 24 November 2005 the Board of Directors approved the authorisation of the consolidated financial statements for the years starting on 1 January 2005 under IFRS, thus anticipating future legal obligations. The individual financial statements of Vocento, S.A. and its subsidiaries will continue to be drafted under Spanish GAAP.

The Audit and Compliance Committee's work is summarised in its Activity Report, which is drafted annually based on a voluntary initiative in the commitment to transparency and best practices in corporate governance.

In 2005, the Audit and Compliance Committee held three meetings; the external auditor attended two of them.

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Esta comisión está integrada, a la fecha de este Informe, por los siguientes miembros:

	<u>Fecha de nombramiento</u>
Presidente:	
D. Santiago de Ybarra y Churruca	19 de septiembre 2002
Vocales:	
D. Alejandro Echevarría Busquet	19 de septiembre 2002
D ^a . Soledad Luca de Tena García-Conde	19 de septiembre 2002

Las principales funciones de esta comisión son, entre otras, informar sobre las propuestas de nombramiento de los Consejeros y Altos Directivos del grupo; sobre los miembros de la Comisión Delegada y de las demás Comisiones del Consejo de Administración y de los diversos Consejos de Administración de las empresas que conforman Vocento, y por otro lado determinar el régimen de retribuciones del Presidente, del Vicepresidente y Consejero Delegado, así como del Consejero adjunto a la Presidencia, fijar el régimen de retribuciones de los Consejeros y revisarlos de manera periódica para asegurar su adecuación a los

cometidos desempeñados por aquellos, así como informar sobre la retribución de la Alta Dirección.

Durante el ejercicio 2005 la Comisión de Nombramientos y Retribuciones se ha reunido en 4 ocasiones.

Appointments and Remuneration Committee

At the date of this report, this Committee comprises the following members:

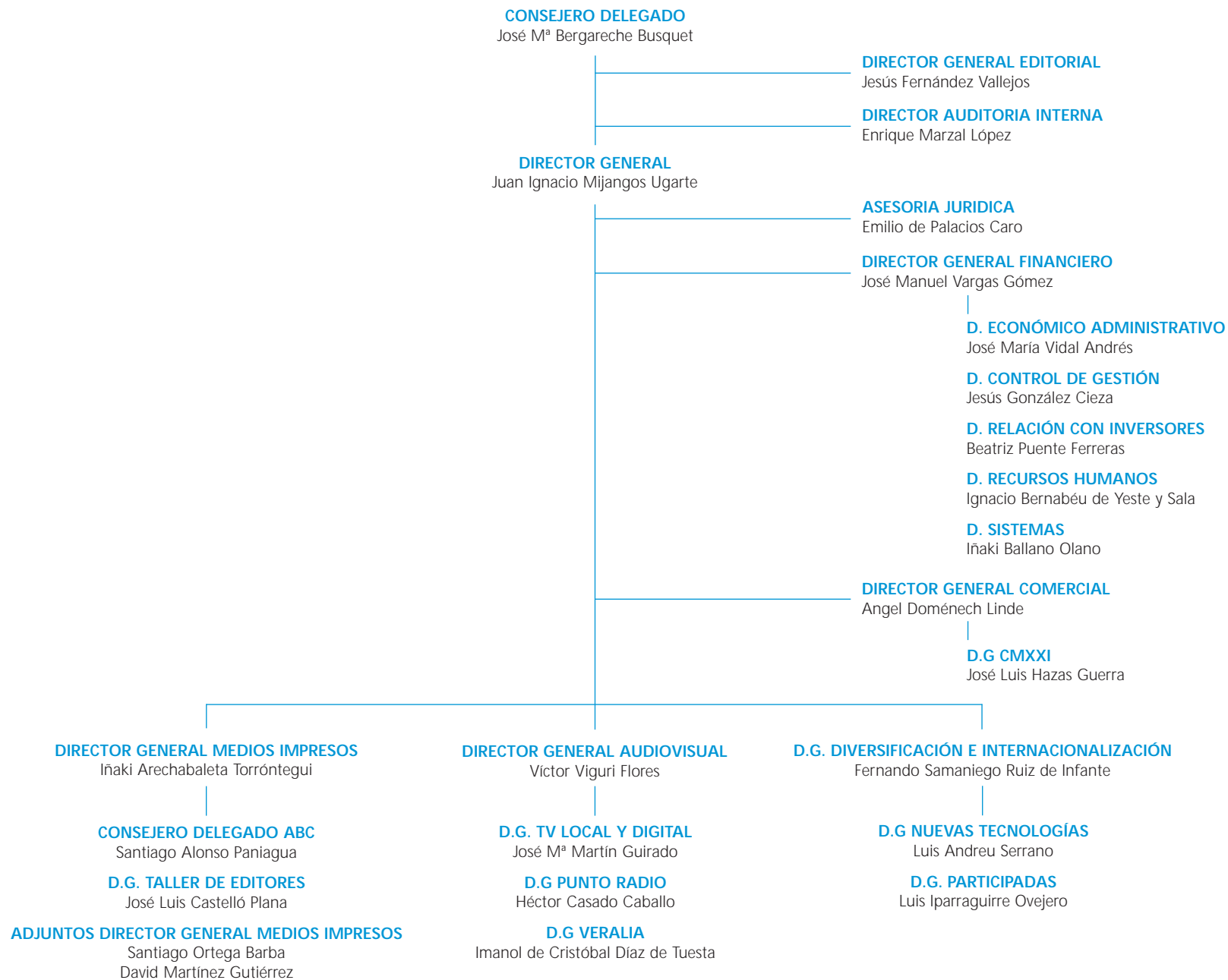
	<u>Date of appointment</u>
Chairman:	
Santiago de Ybarra y Churruca	19 September 2002
Members:	
Alejandro Echevarría Busquet	19 September 2002
Soledad Luca de Tena García-Conde	19 September 2002

The main functions of this Committee are to advise on the proposed appointments of the company's directors and senior managers, the members of the Delegate Committee and other Board Committees and of the various Boards of Directors of the companies that comprise Vocento; and to determine the remuneration system for the Chairman, Vice-Chairman, CEO and the Director reporting to the Chairman, establish the remuneration system for directors, check it periodically to

ensure that it is commensurate with their functions, and advise on senior management remuneration.

The Appointments and Remuneration Committee held 4 meetings in 2005.

EQUIPO DIRECTIVO



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

MEDIOS IMPRESOS

DIARIO ABC, S.L.

Diario ABC
 abc Sevilla
 abc.es
 Sevilla TV
 Milenio abc
 Comercializadora ABC Sevilla

CORPORACIÓN DE MEDIOS REGIONALES, S.L.

TALLER DE EDITORES S.A.

XL Semanal
 XL Semanal TV
 Mujer Hoy
 Colpisa
 Tecorp
 Inversión
 hojInversión
 xlsemanal.com
 laguiatv.com
 mhmuje.com
 Gala

Actividad editora

El Correo
 El Diario Vasco
 El Diario Montañés
 La Verdad
 Ideal
 Hoy
 Sur
 La Rioja
 El Norte de Castilla
 El Comercio
 La Voz de Cádiz
 Las Provincias

Portales locales

elcorreodigital.com
 diariovasco.com
 eldiariomontanes.es
 laverdad.es
 ideal.es
 hoy.es
 diariosur.es
 larioja.com
 nortecastilla.es
 elcomerciodigital.com
 lavozdecadiz.com
 lasprovincias.es

TV local

Bilbovisión, Álava 7, Durango Telebista
 Teledonosti, KTB
 Canal 8 DM
 Canal 6 Murcia
 Teleideal
 Telefrontera
 Canal Málaga
 TV Rioja
 TV Castilla y León (18 TVs locales)
 Canal 10 TV
 Onda Luz
 LP Te Va

MULTIMEDIA REGIONAL

Radio

Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio
 Punto Radio

Gratuito

El Nervión
 Qué pasa
 El Micalet

Comercializadora

CM Norte
 DV Multimedia
 CM Cantabria
 CM Levante
 CM Andalucía
 CM Extremadura
 CM Sur
 Rioja Medios
 CM Castilla y León
 CM Asturias
 CM LPMultimedia

COMERCIAL

CMXXI

Globalia

AUDIOVISUAL

CORPORACIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES, S.L.

Telecinco (13%)

Veralia

Grupo Europroducciones

BocaBoca Producciones

Videomedia

Punto Radio

COPE (1,80%)

CORPORACIÓN DE NUEVOS MEDIOS DIGITALES, S.L.

Comeradisa

Onda6TV

Net TV

SGT Punto TV

Urbe TV

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.L.

Distribuciones Comecosa

Beralán

Sector MD

Banatu

Distrirotas

Cirpress

Val Disme

Distrimedios

Papiro

Gelesa

Boreal

Dasa

Marina Press

Gratis

Cotlan 900

Bepsa

SV Producciones

Victor Steinberg y Asociados

El Mundo Deportivo (10%)

CORPORACIÓN DE MEDIOS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS, S.L.

Sarenet

Vocento Media Trader

Ozú.es

La Trastienda Digital

Viápolis

Desarrollo de clasificados

Alianzas y Nuevos Negocios

HoyMotor

HoyCinema

HoyInversion

CORPORACIÓN DE MEDIOS INTERNACIONALES DE PRENSA, S.A.

Cimeco

La Voz del Interior

Los Andes

CMI

FUNDACIÓN VOCENTO

Aulas de Cultura

Máster de Periodismo

Premio Vocento Valores Humanos

Premio Periodismo El Correo

El Noticiero de las Ideas



- Medios impresos
- Audiovisual
- Diversificación e Internacionalización

TRES
DIVISIONES



ABC
MEDIOS
IMPRESOS

ABC ha respondido a la intensa agenda informativa nacional e internacional con una amplia, puntual y completa cobertura periodística

ABC ha renovado durante el año 2005 el compromiso de ofrecer a sus lectores una información de calidad, rigurosa, veraz y próxima a los intereses e inquietudes de los ciudadanos. Así, durante un año más, ABC ha respondido a la intensa agenda informativa nacional e internacional con una amplia, puntual y completa cobertura periodística que ha encontrado su complemento ideal

en la opinión cualificada, la interpretación y el análisis que desde sus páginas han ofrecido las más prestigiosas y reconocidas firmas, así como en la oferta de un amplio número de páginas especiales, suplementos y monográficos, productos todos ellos que han alcanzado altas cotas de calidad y notoriedad.

Este compromiso de ABC, sustentado en los principios de calidad, rigor, veracidad y cercanía, y convertido en verdadera vocación y voluntad, ha sido reconocido con un total de 278.166 ejemplares de difusión media diaria durante el ejercicio. Un hito que representa el tercer aumento anual consecutivo en la cifra de difusión media diaria, tras los 266.818 ejemplares alcanzados en

2003 y los 276.915 ejemplares conseguidos en 2004, y que se logra en un contexto de atonía de la difusión de prensa escrita y en un año en el que la mayor parte de los diarios de difusión nacional han visto reducidas las cifras de difusión media diaria respecto de las alcanzadas en el ejercicio precedente. Lo que sin duda confirma y premia el planteamiento informativo de ABC.

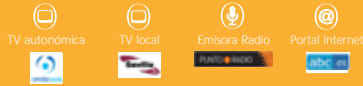
In 2005, ABC renewed its commitment to providing readers with quality, rigorous, truthful information attuned to citizens' interests and concerns. Once again, ABC responded to an intense flow of domestic and international news by providing prompt comprehensive coverage coupled with authoritative

opinion, interpretation and analysis by acknowledged prestigious commentators and a large volume of special features and supplements, all of which attained high levels of quality and impact.

ABC's commitment, underpinned by the principles of quality, rigour, truth and proximity, as an expression of its mission, received a response from the readership in the form of an average daily circulation of 278,166 during the year. That is the third consecutive annual increase in circulation (266,818 in 2003, and 276,915 in

2004) and it was attained in a context of slack newspaper sales overall and a year when most national daily newspapers experienced a decline in circulation. That represents solid support for ABC's approach to news.





ABC

Audiencia 2005:
840.000 lectores

Difusión 2005*:
278.166 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual

Perfil del lector:

- 60,41% De 20 a 54
- 67,70% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 61,14% Hombres
- 69,52% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 83,26% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

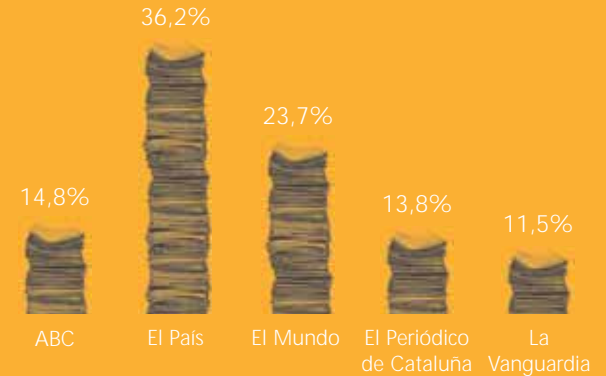
223,3

RESULTADO
NETO

8,0

Agregado Diario ABC, S.L. y ABC Sevilla, S.L.U.

AUDIENCIA*



DIFUSIÓN**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Junto a la cobertura periodística de los aspectos informativos de carácter global, ABC ha perseverado durante el año 2005 en su política de ofrecer a sus lectores el complemento de contenidos locales. En este sentido, las distintas delegaciones regionales de ABC (Valencia, Castilla y León, Galicia, Cataluña, Canarias y Toledo) han acrecentado su ya alto protagonismo en la cobertura de los principales acontecimientos informativos de sus respectivos ámbitos geográficos. Comportamiento que ha sido reconocido con un significativo aumento en las cifras de difusión del año respecto de las alcanzadas en el ejercicio precedente.

Pero sin duda alguna, el hecho más destacado durante 2005 dentro de

esta política de profundizar en la oferta de contenidos locales ha sido el proyecto desarrollado durante el ejercicio que, con el objetivo de potenciar y reforzar el carácter local de ABC en Sevilla, Córdoba y, por extensión, en Andalucía, ha culminado con la segregación de la rama de actividad de ABC dedicada a la edición, impresión y distribución de las ediciones de ABC en estas comunidades, y la consiguiente creación de una nueva mercantil, con estructura y organización propia, participada al cien por cien por ABC. Esta estrategia ha permitido mejorar, ya durante 2005, las significativas cotas de difusión y reconocimiento de estas ediciones de ABC, y auguran unas inmejorables perspectivas para ABC en este ámbito geográfico.

Dentro también de la política de potenciación de sus contenidos y ofertas informativas, ABC ha abordado igualmente durante 2005 otro proyecto de singular calado y trascendencia, la edición del suplemento **ABCD las Artes y las Letras**. Un ambicioso proyecto editorial dedicado al mundo de los libros, el teatro, las artes plásticas, la arquitectura, el diseño, el cine, la música y, en general, a cuantas manifestaciones artísticas se celebran en nuestro entorno, que ha sido objeto de un amplísimo reconocimiento por parte de los lectores y se ha situado de manera clara e incontestable como un referente para el mundo de la cultura.

Por último, y por lo que se refiere a la oferta complementaria de ABC a sus lectores, también durante 2005 han continuado las iniciativas ya abordadas en ejercicios anteriores para poner al alcance de éstos un conjunto de productos singulares y exclusivos que, siempre bajo la premisa de la calidad, inciden en la oferta cultural (colecciones de libros, enciclopedias, obras de consulta, etc.), el entretenimiento (cursos prácticos para ordenadores, colecciones de películas, etc.) las últimas tecnologías (cámaras y videocámaras digitales, etc.), o los productos innovadores.

In addition to journalistic coverage of global events, ABC maintained its policy of providing readers with local content. The various regional bureaux (Valencia, Castilla y León, Galicia, Cataluña, Canary Islands and Toledo) took a more prominent role in covering events in their areas. This approach was rewarded with a significant increase in circulation with respect to 2004.

Nevertheless, the principal event within this policy of offering in-depth local news was the project to strengthen ABC's presence in Sevilla, Córdoba and Andalucía overall, leading to the creation of a separate company, wholly owned by ABC, to publish, print and distribute the Andalucía regional edition. This strategy improved ABC's circulation and recognition in 2005 and promises excellent results in the region in the future.

As part of its policy of enhancing news content, in 2005 ABC undertook a major project: the publication of art and literary supplement ABCD las Artes y las Letras. This ambitious project, which covers books, the theatre, the plastic arts, architecture, design, cinema, music and other artistic events in Spain, obtained a very good response from the readership and has established itself as a benchmark in the field of cultural reporting.

During the year, ABC also continued the successful initiatives introduced in previous years to provide readers with a range of special and exclusive quality products in the area of culture (book collections, encyclopaedias, reference works, etc.), leisure (computer-based learning, movie collections, etc.), new technologies (digital still and video cameras, etc.) and innovative products.

En la continua búsqueda de nuevos públicos, ABC ha continuado e incidido durante 2005 en dos iniciativas de gran relieve y trascendencia, tanto por su contenido particular como por el público específico al que van dirigidas, que ya se iniciaron en el ejercicio anterior:

- **ABC en Clase**, que materializa el esfuerzo de ABC por acercar el periódico a los alumnos de primaria y secundaria y presentar a las nuevas generaciones una visión analítica y sosegada de la realidad social y política tanto nacional como internacional, y es una iniciativa que alcanza a más de 60.000 escolares diariamente de lunes a viernes.

In its constant search for new readers, ABC maintained two high-profile projects that commenced in 2004 and are noteworthy because of their specific nature and their target public:

- *ABC en Clase, a move to introduce primary and secondary school students to the newspaper and give the new generations a reasoned analytical view of social and political realities in Spain and worldwide; over 60,000 students participate in this project each week, from Monday to Friday,*

- **ABC Universitario / ABC Solidario**, que concreta un esfuerzo del periódico por aproximarse a los jóvenes y a los temas que les preocupan e interesan. Mediante esta iniciativa, que involucra y cuenta con la participación activa de un amplio colectivo de jóvenes estudiantes de diversas universidades españolas, se premian anualmente a diferentes instituciones y proyectos que destacan por su compromiso social y su acción solidaria.

La magnífica acogida de estos proyectos, tanto entre la comunidad docente como entre los propios alumnos, permitirá continuar el desarrollo de ambos y su consolidación en distintos ámbitos geográficos a lo largo de los próximos ejercicios.

- *ABC Universitario / ABC Solidario, a move to attune the newspaper with the concerns of young adults. With the active participation of a large number of students at many Spanish universities, this programme provides annual awards to various institutions and projects that are outstanding because of their social commitment and solidarity.*

The superb response to these projects among both teachers and students will enable them to continue and expand into other regions in the coming years.

En consonancia con su compromiso con la sociedad, ABC ha desarrollado a lo largo del año 2005 una intensa actividad en el capítulo de relaciones con la comunidad, campo en el que cabe destacar iniciativas como las siguientes:

- **Premios Mariano de Cavia, Luca de Tena y Mingote**. Un año más, ABC convocó sus tradicionales premios Cavia, Luca de Tena y Mingote, los más antiguos y prestigiosos galardones del periodismo español. En esta edición, bajo la presidencia de Su Majestad el Rey, un jurado presidido por Gonzalo Anes, otorgó el premio Mariano de Cavia a José Antonio Zarzalejos. El premio Luca de Tena se concedió al periodista, historiador y ensayista portugués

In line with its commitment to society, ABC engaged in an intensive programme of community relations in 2005, including most notably the following initiatives:

- *Mariano de Cavia, Luca de Tena and Mingote awards. Once again, ABC held the Cavia, Luca de Tena and Mingote awards, which are the oldest and most prestigious accolades in Spanish journalism. In 2005, under the patronage of His Majesty the King, a jury chaired by Gonzalo Anes gave the Mariano de Cavia award to José Antonio Zarzalejos. The Luca de Tena prize*

José António Saraiva, y el premio Mingote recayó en César Oroz.



went to Portuguese journalist, historian and essayist José António Saraiva, and the Mingote prize was awarded to César Oroz.

- Premio Joaquín Romero Murube, dedicado a premiar el mejor trabajo periodístico sobre temática sevillana, fue entregado en su sexta edición a finales de diciembre. En esta ocasión el premio recayó en el escritor Carlos Colón.
- Premios de Pintura y Fotografía de ABC, que en su sexta edición han convocado más de 600 obras de artistas de toda España y en el

que un jurado compuesto por los más prestigiosos artistas y especialistas, presidido por Ángel Marcos, concedió el premio a la obra "Una casa con esquinas" original de María Linarejos Moreno. Esta obra, junto con las 7 menciones honoríficas, fue expuesta en el stand de ABC en ARCO'05, obteniendo, todas ellas, gran éxito de crítica y público.

- Premio "ABC Mejor coche del año 2005", evento que convoca anualmente al mundo del motor y que en esta ocasión, a través de un jurado formado por los más prestigiosos periodistas del mundo del motor, otorgó el galardón al Peugeot 407.
- ABCrossing. Pionero en el desarrollo de esta acción, ABCrossing es un movimiento de intercambio de libros, de manera

gratuita, que se lleva a cabo en lugares públicos: parques, estaciones de metro y autobuses, universidades etc. y nace con la vocación de acercar y fomentar la lectura a todos los rincones de la Comunidad de Madrid. En esta primera edición, ha sobrepasado todas las expectativas marcadas con el intercambio de 113.338 ejemplares.



- *In its sixth year, the Joaquín Romero Murube award for the best journalistic article about Sevilla, was decided late in December. On this occasion, the award was given to writer Carlos Colón.*
- *ABC Painting and Photography awards, in their sixth year; over 600 works by artists from all over Spain competed in 2005; a jury of*

prestigious artists and art experts, chaired by Ángel Marcos, gave the award to "Una casa con esquinas" by María Linarejos Moreno. The award-winning work, and the 7 runners-up, were exhibited at ABC's stand in the ARCO'05 art fair and all of them attained a very good response from both the critics and the public in general.

- *"ABC Car of the Year 2005" award; the jury of prestigious motor journalists gave the award to the Peugeot 407.*

- *ABCrossing. This pioneering initiative encourages people to exchange books, free of charge, in public places: parks, underground and bus stations, universities, etc. with the initial aim of fostering reading throughout the Madrid region. In its first year, the initiative exceeded all expectations and 113,338 books were exchanged.*

- **Festival ABC de Fotografía Colectiva, notodofotofest.com.** En su ánimo de apoyar y difundir la cultura y las últimas tendencias, ABC utiliza Internet como el medio con mayor capacidad para congregarse a artistas a participar de un proyecto colectivo.
- **Foro ABC.** Durante el año 2005 ABC ha confirmado su apuesta por el mundo socio empresarial organizando distintos encuentros con relevantes personalidades del mundo de la economía y la política, ratificando así su condición de referente entre los líderes de opinión. Entre los ponentes de esta edición han figurado Ángel Ron, Presidente del Banco Popular; Pasqual Maragall, Presidente de la Generalitat de Cataluña; Pedro

Solbes, Vicepresidente 2º y Ministro de Economía y Hacienda; Mariano Rajoy, Presidente del Partido Popular; Vicente Fox, Presidente de los Estados Unidos Mejicanos; Artur Mas, Presidente de CIU; Jaime Caruana, Gobernador del Banco de España y Francisco González, Presidente del BBVA.

Por lo que se refiere a los soportes complementarios de ABC, el ejercicio 2005 ha sido el año de la consolidación de abc.es, la versión electrónica del periódico y un referente ineludible en el mundo de las nuevas tecnologías e Internet, así como de Sevilla Tv, la televisión de ámbito local que ABC opera en Sevilla que, con unos resultados de audiencia óptimos, se ha consolidado como una cadena local de referencia en su ámbito de cobertura.

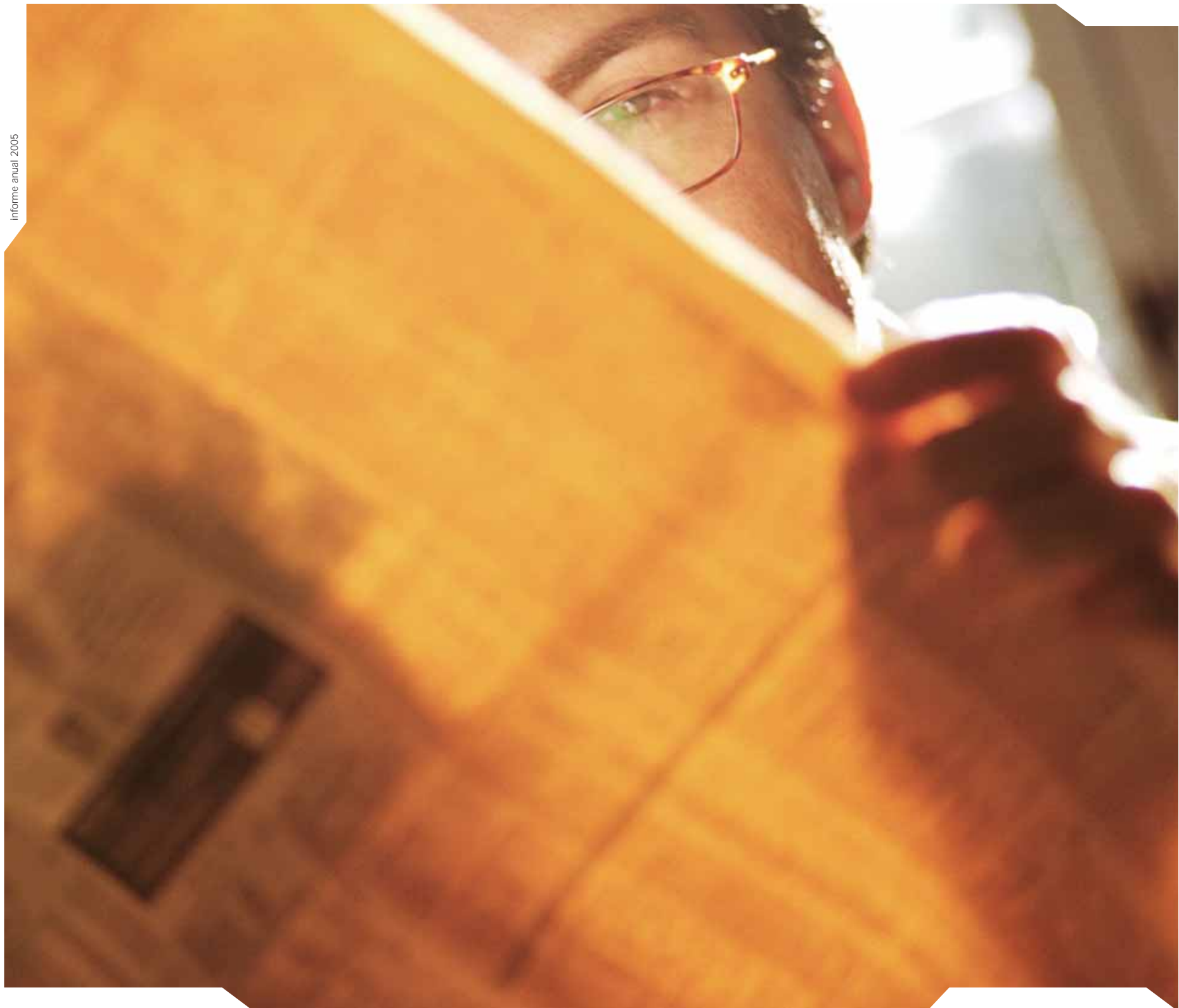
Finalmente, aunque por su singularidad y relevancia está llamado a ser uno de los hitos clave de 2006, ABC ha afrontado ya a finales del ejercicio 2005 uno de los procesos más importantes y trascendentes con los que puede enfrentarse cualquier medio de comunicación: el relevo en la dirección editorial. En el mes de diciembre, José Antonio Zarzalejos, hasta ese momento secretario general de Vocento y que ya fue director de ABC en una etapa previa, sucedió al frente del periódico al hasta entonces director Ignacio Camacho.

- *ABC Collective Photography Festival, notodofotofest.com.* As part of its goal of supporting and disseminating the latest trends in culture, ABC uses the internet as the medium with the greatest power to gather artists into a collective project.

- *ABC Forum.* During 2005, ABC confirmed its focus on society and business by organising encounters with leading personalities in the economy and politics, ratifying its position as an opinion leader. Speakers in 2005 included Ángel Ron, Chairman of Banco Popular, Pasqual Maragall, President of the Cataluña Regional Government, Pedro Solbes, Second Vice-President of Spain and Minister of Economy and Finance, Mariano Rajoy, President of the People's Party, Vicente Fox, President of Mexico, Artur Mas, President of CiU, Jaime Caruana, Governor of the Bank of Spain, and Francisco González, Chairman of BBVA.

As regards other media, 2005 saw the consolidation of abc.es, the newspaper's electronic edition and an essential source of information on new technology and the internet, and Sevilla TV, the local TV channel operated by ABC in Sevilla, which attained optimal audience figures and established itself as a reference point for news in its region.

Finally, an event whose real impact will be felt in 2006: late in 2005 ABC underwent one of the most important processes that any communication medium can experience — a change of editor. In December, José Antonio Zarzalejos, company secretary of Vocento and former editor of ABC, succeeded Ignacio Camacho in the editor's chair.



Multimedia Regional

MEDIOS IMPRESOS

El año 2005 en general en el sector de los medios de comunicación, y en particular en lo que afecta a la Multimedia Regional de Vocento, ha resultado ser de una inusual actividad en el entorno competitivo. No obstante, y a pesar este aumento de la presión competitiva, la estrategia multimedia establecida por Vocento nos ha permitido salir reforzados.

Competition was unusually fierce in 2005 in the media sector in general and in the regional multimedia segment in particular. Nevertheless, Vocento's multimedia strategy enabled it to gain in strength.

Esta estrategia multimedia unida al liderazgo local, nos permite afrontar los retos del mercado con decisión y optimismo. Con este enfoque, alrededor de la potencia del periódico regional se va conformando el núcleo multimedia, con el portal local, radio, televisión local y gratuito, capitalizando la fortaleza local-regional a través de la comercializadora responsable de comercializar todos

The multimedia strategy, coupled with a leading position in local markets, enables us to face market challenges with determination and optimism. Under this approach, each regional newspaper serves as the nexus for a multimedia offering, including a local web site, radio station, and free-to-air local TV, capitalising on the strong local and

La estrategia multimedia establecida por Vocento unida al liderazgo local, nos permite afrontar los retos del mercado con decisión y optimismo.

los medios de Vocento en su ámbito de influencia. Este modelo nos permite capitalizar las fortalezas del medio maduro, líder en su ámbito de influencia, en favor de los medios emergentes que cada vez van consolidando mas su posición competitiva individual.

Como hecho destacable del 2005 cabe reseñar la consolidación del

regional position by channelling all Vocento advertising through a single sales company. This model enables us to leverage the strengths of a mature medium that is in a leading position in its territory to boost new media and steadily establish each one's competitive position.

periódico La Voz de Cádiz, en su primer año completo de actividad, en el que a pesar de su corta edad ha demostrado un grado de madurez y presencia social relevante, avalado por sus cifras de difusión sostenidas que le posicionan con solvencia como el segundo diario de la provincia, reforzando el liderazgo incuestionable de Vocento en Andalucía.

In 2005, newspaper La Voz de Cádiz had its first full year of operation; despite its recent foundation, it has attained a notable degree of maturity and local penetration, with circulation growing steadily to the extent that it is now the second-largest newspaper in Cádiz province, enhancing Vocento's indisputable lead throughout Andalucía.

Respecto al resto de los diarios de pago, auténticos buques insignia sobre los que se articula cada una de las multimédias regionales, cabe destacar el refuerzo del liderazgo local-regional que en general hemos experimentado especialmente en algunas plazas con el desembarco de nueva competencia, y siendo incluso más relevante en el medio plazo, especialmente una vez superada la fase inicial de asentamiento del nuevo jugador.

También durante el año 2005 se continúa avanzando en la estrategia de externalización de las plantas de impresión. Una vez materializada la segregación de las plantas de impresión de El Correo y El Diario Vasco, se han llegado a acuerdos para la externalización de la planta de

impresión de La Verdad. Estas iniciativas, junto con las que se vayan desarrollando en el futuro nos permitirán optimizar la capacidad productiva de las plantas de impresión de Vocento, maximizando su ocupación y rentabilizando la fuerte inversión aparejada a la renovación tecnológica, optimizando los costes de impresión de los periódicos.

En el apartado de las televisiones locales tal vez lo más relevante del 2005 está unido a los concursos para la adjudicación de TDT local y Autonómica que se han ido convocando y adjudicando a lo largo del año, sin olvidar el paso que supone el cambio de imagen corporativa que aglutina a nuestras TV's locales. En este sentido cabe

destacar las licencias autonómicas obtenidas en Murcia y Valencia, a las que se une la de una TDT local también en Valencia concedidas a empresas participadas por Vocento. También cabe mencionar la adquisición de Durango Telebista, que nos permite mejorar la penetración en Vizcaya.

Por lo que respecta a los contenidos radiofónicos, es reseñable el esfuerzo realizado en potenciar la calidad de la parrilla de las TV's locales, tanto en lo que atañe a la programación local, centrada en informativos y magazines como por lo que respecta a los programas de ocio y entretenimiento coordinados de forma centralizada desde Grupo. Todo esto queda claramente reflejado en los pujantes incrementos de las audiencias.

En Internet cabe destacar en primer lugar la rentabilidad de los portales locales, con un resultado de explotación que roza los 800.000€, multiplicando por 2,5 veces el valor alcanzado en el 2005, sin olvidar el impulso realizado en producto, tanto en contenidos informativos, en continua actualización, como en servicios y contenidos especializados. Todo esto nos ha permitido un año más continuar en la senda de crecimiento sostenido de los portales locales, reflejado en la evolución de sus audiencias, con un volumen mensual de usuarios únicos que supera los 4 millones y supone un crecimiento del 54% y con un nivel de páginas vistas al mes que ya alcanza los 97 millones y nos consolida en posiciones de liderazgo

Regarding the other paid newspapers, which are the flagships of Vocento's regional multimedia offering, we generally strengthened our local/regional position, particularly in some cities where new rivals appeared, most notably in the medium term, after the rival had become established.

The print outsourcing process continued in 2005. After the El Correo and El Diario Vasco printing plants had been spun off, an agreement was reached to spin off the La Verdad printing plant. These initiatives and others in the future will enable Vocento to optimise its

printing plant productivity, maximise utilisation and reap returns on the major investments required in new technology, thus optimising newspaper printing costs.

Perhaps the principal events of 2005 in the area of local television were the auctions for local and regional DTT licences, and the rebranding of our local TV stations. Vocento subsidiaries obtained regional DTT licences in Murcia and Valencia, in addition to a local DTT licence in Valencia. The acquisition of Durango Telebista expanded our penetration of Vizcaya province.

Efforts were made to enhance content quality at local TV stations, both locally-made news and magazine programmes and syndicated leisure and entertainment programmes. This was clearly reflected in rising audience figures.

In the internet business, the local web sites were profitable, attaining 800,000 euro in EBIT, 2.5 times the 2004 figure, and the product was enhanced with constantly-updated news and specialised services and content. As a result, our local web sites continued to gain ground, as reflected in user numbers: over 4

million unique users each month (54% growth) and 97 million page views per month, establishing us as leaders in content and audience figures among internet users in the regions where we operate.

de contenidos y audiencia para los internautas de cada una de nuestras regiones.

Por lo que respecta a la **radio**, el ejercicio 2005 ha sido especialmente relevante, ya que ha supuesto un avance importante en la consolidación de Punto Radio en su primer año completo de actividad, tanto en lo que respecta al refuerzo de la programación local como a la mejora de la cobertura. En este sentido, y por lo que respecta a la multimedia regional, a lo largo del ejercicio se ha ido mejorando la cobertura local de la cadena con la incorporación de nuevas emisiones en Cantabria, Málaga, Cádiz y Badajoz.

Por último hay que destacar el **positivo** ejercicio culminado desde

el punto de vista económico. El agregado de los once periódicos regionales, consigue una cifra de inversión publicitaria que supera en un 8,3% la obtenida en el ejercicio anterior. El total de ingresos asciende a 347 millones de euros que representan un crecimiento del 9,8% frente al año 2004, con notable incremento de la partida de ingresos por promociones. El Resultado de Explotación alcanza la cifra récord de 89,4 millones de euros que supone un incremento del 7,7% frente al alcanzado en el ejercicio anterior. Estos resultados vienen a confirmar una vez más la solidez económica de nuestros diarios, apoyada en el liderazgo en sus respectivos mercados y en la gestión de nuestros equipos humanos.

Los once periódicos continúan ejerciendo el liderazgo informativo en difusión, con 488.444 ejemplares diarios (pendientes de certificación por OJD), y con una audiencia de 2.480.000 lectores (3ª ola 2005 E.G.M.), siendo además el auténtico referente social en sus respectivos ámbitos geográficos. A estas cifras hay que añadir los datos de Las Provincias –donde el grupo participa en un 36% del accionariado de su empresa editora, Federico Doménech, S.A.–, que ha tenido una difusión en 2005 de 43.872 ejemplares (pendiente certificación OJD) y una audiencia de 185.000 lectores (3ª Ola 2005 EGM).

Respecto al resto de **medios emergentes**, cabe destacar internet, especialmente por el impresionante crecimiento del beneficio, donde el agregado de los beneficios de los diez portales locales experimenta un crecimiento del 146%. En nuevos proyectos de TV y radio local, y en línea con lo previsto, todavía no se han alcanzado en cifras agregadas el punto de equilibrio económico, pero todos los indicios apuntan a que en un espacio razonable de tiempo se irán alcanzando.

In radio, 2005 saw the consolidation of Punto Radio in its first full year of operation, as it enhanced local programming and improved signal coverage. The chain expanded local coverage to include broadcasts in Cantabria, Málaga, Cádiz and Badajoz.

It was also a positive year on the economic front. The eleven regional newspapers boosted advertising revenues by 8.3% on 2004. Revenues totalled 347 million euro, 9.8% more than in 2004, with a notable increase in revenues from special promotions. EBIT reached a record 89.4 million euro, 7.7% more than in 2004. These results confirm our newspapers' financial soundness, supported by a leading position in their local markets and strong management teams.

The eleven newspapers still lead in terms of circulation, with 488,444 daily copies (pending audit bureau certification) and a readership of 2,480,000 (3rd wave of the 2005 General Media Survey), as well as being a point of reference in their local societies. Additionally, Las Provincias (Vocento owns 36% of its publisher, Federico Doménech, S.A.) attained a circulation of 43,872 in 2005 (pending audit bureau certification) and a readership of 185,000 (3rd wave of the 2005 General Media Survey).

In other new media, our ten local web sites reported spectacular 146% growth in profit. As expected, the new TV and local radio projects have not yet broken even overall, but they are on track to do so in a reasonable time scale.

Audiencia 2005:
592.000 lectores

Difusión 2005*:
124.859 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

- 49,72% De 20 a 44
- 61,36% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 54,86% Hombres
- 61,25% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 77,49% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

87,3

RESULTADO
NETO

18,0

AUDIENCIA en Álava y Vizcaya*



DIFUSIÓN en Álava y Vizcaya **



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)



EL DIARIO VASCO

Audiencia 2005:
324.000 lectores

Difusión 2005*:
89.257 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual

Perfil del lector:

44,88% De 20 a 44

54,97% Con estudios de BUP, COU o superiores

55,19% Hombres

43,99% Residentes en urbes +50.000 habitantes

76,7% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

53,0

RESULTADO
NETO

12,0

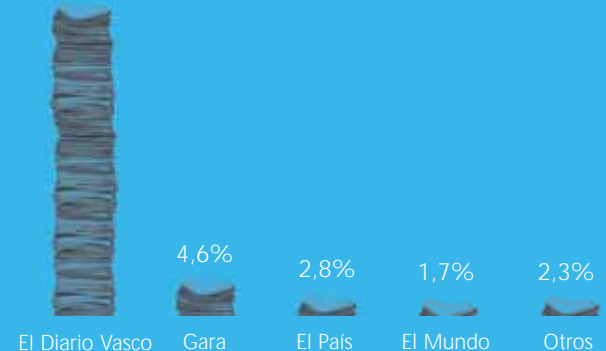
AUDIENCIA en Guipúzcoa*

78,8%



DIFUSIÓN en Guipúzcoa**

88,5%



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Audiencia 2005:
201.000 lectores

Difusión 2005*:
40.060 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

48,79% De 20 a 44

53,45% Con estudios de BUP, COU o superiores

54,23% Hombres

48,11% Residentes en urbes +50.000 habitantes

74,19% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

28,3

RESULTADO
NETO

7,9

AUDIENCIA en Cantabria*

73,1%



El Diario
Montañés

10,5%



Alerta

6,5%



El País

0,7%



ABC

9,1%



Otros

DIFUSIÓN en Cantabria**

69,1%



El Diario
Montañés

9,2%



El País

8,7%



El Correo

5,2%



El Mundo

7,6%



Otros

* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)



TV local



Emisora Radio



Portal Internet



Gratuito



Comercializadora

LA VERDAD

Audiencia 2005:
268.000 lectores

Difusión 2005*:
40.125 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual

Perfil del lector:

57,72% De 20 a 44

57,31% Con estudios de BUP, COU o superiores

62,56% Hombres

66,69% Residentes en urbes +50.000 habitantes

76,71% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

30,9

RESULTADO
NETO

5,4

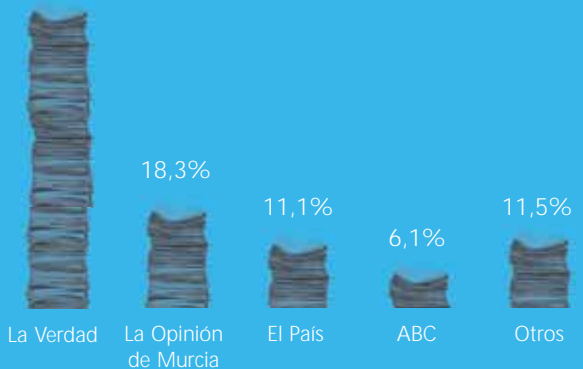
AUDIENCIA en Murcia*

56,9%



DIFUSIÓN en Murcia**

52,9%



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Audiencia 2005:
171.000 lectores

Difusión 2005*:
34.015 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

50,78% De 20 a 44

54,41% Con estudios de BUP, COU o superiores

66,33% Hombres

48,94% Residentes en urbes +50.000 habitantes

74,73% Clase alta, media alta y media media

DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

26,6

RESULTADO
NETO

3,1

AUDIENCIA en Almería, Granada y Jaén*

38,1%



Ideal

15,8%



La Voz de Almería

12,7%



Jaén

9,8%



El País

23,6%



Otros

DIFUSIÓN en Almería, Granada y Jaén**

37,2%



Ideal

13,5%



El País

10,5%



La Voz de Almería

7,1%



Granada Hoy

31,7%



Otros



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)



Audiencia 2005:
151.000 lectores

Difusión 2005*:
25.509 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

- 53,79% De 20 a 44
- 49,70% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 70,59% Hombres
- 43,50% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 60,11% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

16,5

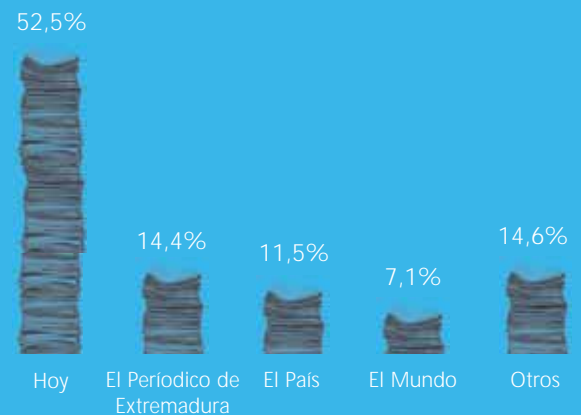
RESULTADO
NETO

1,0

AUDIENCIA en Cáceres y Badajoz*



DIFUSIÓN en Cáceres y Badajoz**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Audiencia 2005:
206.000 lectores
Difusión 2005*:
36.501 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

- 50,50% De 20 a 44
- 50,29% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 70,41% Hombres
- 65,69% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 71,65% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

INGRESOS
TOTALES

36,6

RESULTADO
NETO

7,0

AUDIENCIA en Málaga*

57,6%



Sur

10,4%



El País

6,7%



La Opinión
de Málaga

3,4%



ABC

21,9%



Otros

DIFUSIÓN en Málaga**

45,9%



Sur

13,5%



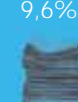
El País

9,8%



La Opinión
de Málaga

9,6%



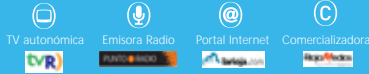
El Mundo

21,9%



Otros

* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)



Audiencia 2005:
85.000 lectores

Difusión 2005*:
17.003 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

- 44,03% De 20 a 44
- 45,21% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 59,44% Hombres
- 56,12% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 64,05% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

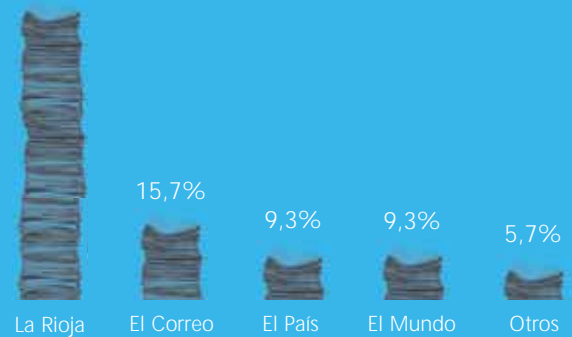
INGRESOS
TOTALES

13,7

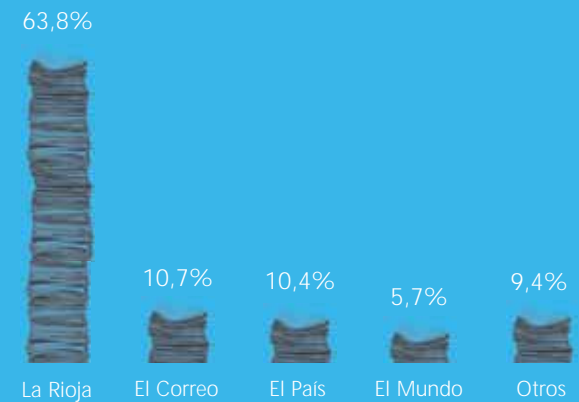
RESULTADO
NETO

1,9

AUDIENCIA en La Rioja*



DIFUSIÓN en La Rioja**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Audiencia 2005:
252.000 lectores

Difusión 2005*:
39.008 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

55,25% De 20 a 44

53,46% Con estudios de BUP, COU o superiores

64,09% Hombres

58,53% Residentes en urbes +50.000 habitantes

60,77% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

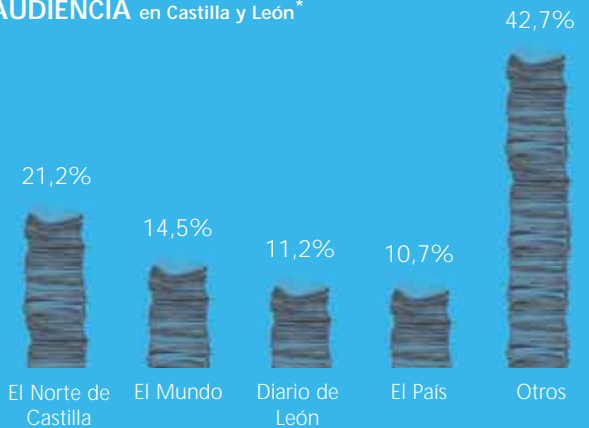
INGRESOS
TOTALES

27,4

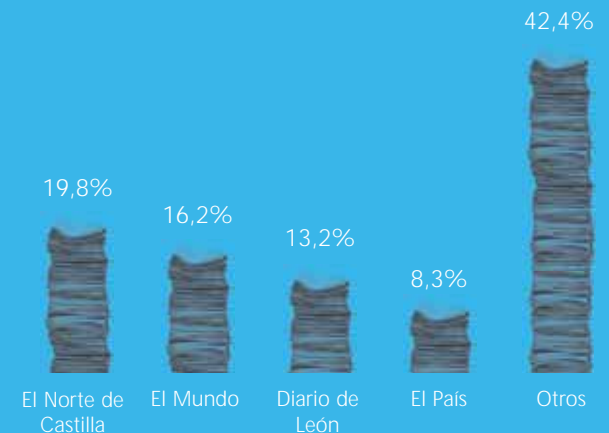
RESULTADO
NETO

4,8

AUDIENCIA en Castilla y León*



DIFUSIÓN en Castilla y León**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)



EL COMERCIO

Audiencia 2005:
193.000 lectores

Difusión 2005*:
28.055 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

50,20% De 20 a 44

52,36% Con estudios de BUP, COU o superiores

64,48% Hombres

76,01% Residentes en urbes +50.000 habitantes

71,13% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

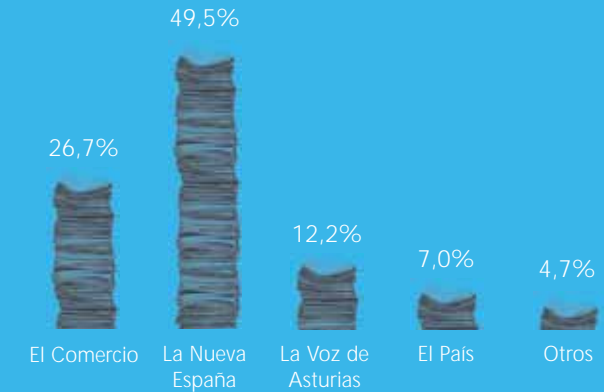
INGRESOS
TOTALES

19,8

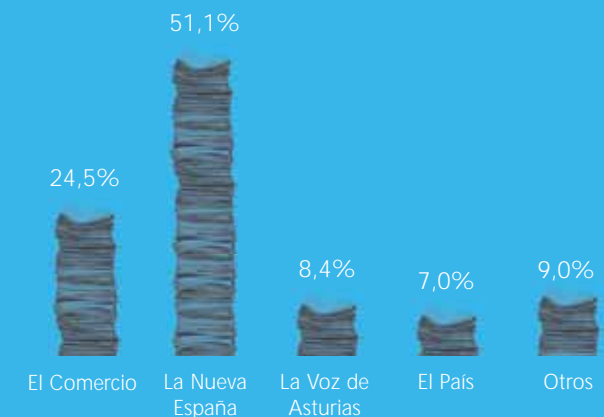
RESULTADO
NETO

1,6

AUDIENCIA en Asturias*



DIFUSIÓN en Asturias**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Audiencia 2005:
37.000 lectores

Difusión 2005*:
14.030 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual.

Perfil del lector:

- 47,29% De 20 a 44
- 43,94% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 60,24% Hombres
- 90,21% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 56,58% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

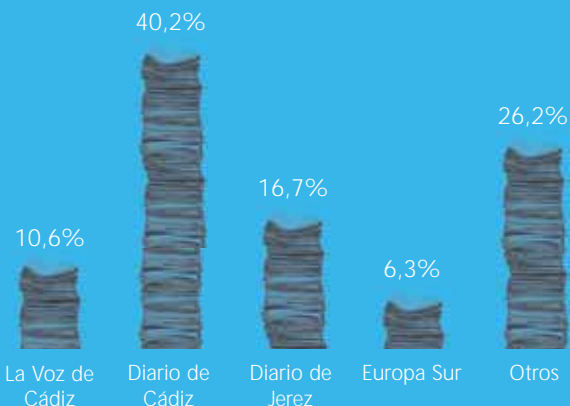
INGRESOS
TOTALES

6,5

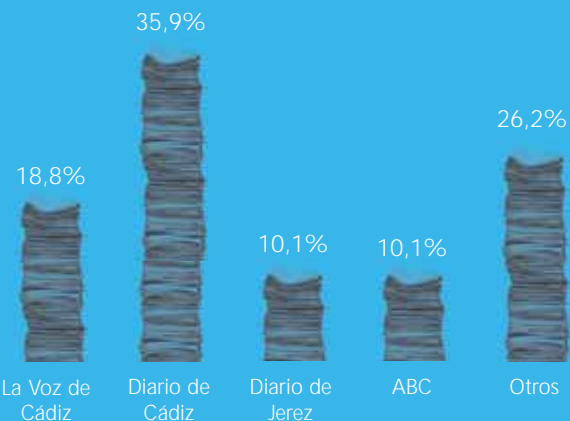
RESULTADO
NETO

-2,7

AUDIENCIA en Cádiz*



DIFUSIÓN en Cádiz**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Audiencia 2005:
185.000 lectores

Difusión 2005*:
43.872 ejemplares

* Fuente: datos mensuales OJD, pendiente de certificación anual

Perfil del lector:

43,46% De 20 a 44

55,55% Con estudios de BUP, COU o superiores

60,78% Hombres

53,85% Residentes en urbes +50.000 habitantes

79,53% Clase alta, media alta y media media



DATOS ECONÓMICOS

en millones de euros

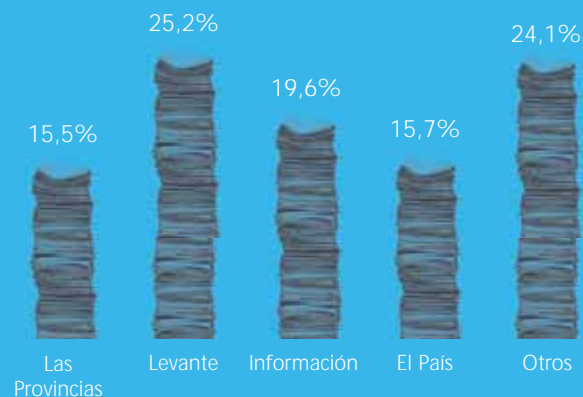
INGRESOS
TOTALES

36,3

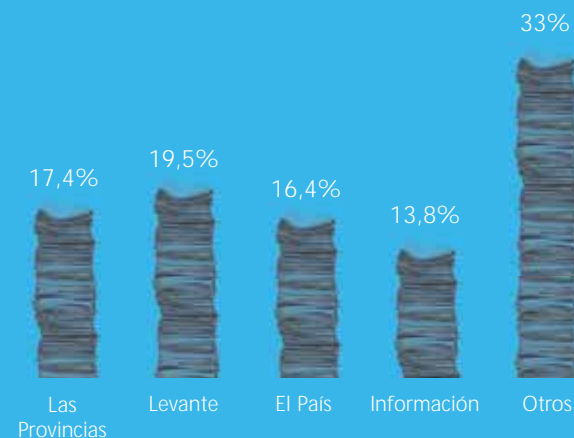
RESULTADO
NETO

5,7

AUDIENCIA en Comunidad Valenciana*



DIFUSIÓN en Comunidad Valenciana**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)



TESA edita los tres suplementos de mayor difusión y audiencia de nuestro país: XL Semanal, XL Semanal TV y Mujer Hoy

Taller de Editores

MEDIOS IMPRESOS

Taller de Editores, S.A. (TESA) está participada mayoritariamente por Vocento que comparte propiedad con otros importantes diarios líderes de la prensa regional española. TESA centra su actividad en la edición, producción y suministro de suplementos semanales y actualmente edita los tres suplementos de mayor difusión y audiencia de nuestro país: XL

Semanal, XL Semanal TV y Mujer Hoy. Desde 1996 se integra en TESA la agencia de noticias Colpisa. (www.colpisa.com) proveedora de contenidos a los diarios de Vocento y a terceros.

Durante el año 2005 se ha llevado a cabo el cambio de cabecera y rediseño de nuestro suplemento dominical. En el mes de octubre El Semanal cambia su nombre por XL Semanal y sale al mercado renovado, con un nuevo diseño más moderno y actual. XL Semanal ha alcanzado su cifra record de lectores superando los 4,7 millones.

Asimismo, 2005 ha sido el año de la consolidación de Mujer Hoy, tras su rediseño en el año 2004, como suplemento líder femenino con 2,2 millones de lectores.

Taller de Editores, S.A. (TESA) is majority owned by Vocento; the other shareholders are leading Spanish regional newspapers. TESA focusing on the publication, production and supply of weekly supplements and currently publishes Spain's top three supplements in terms of circulation and readership:

XL Semanal, XL Semanal TV and Mujer Hoy. News agency Colpisa (www.colpisa.com), which provides content to the newspapers of Vocento and third parties, has formed part of TESA since 1996.

In 2005, we changed the masthead and redesigned our Sunday supplement. El Semanal changed its name to XL Semanal and was relaunched with a more modern design in October. XL Semanal has attained a record readership: over 4.7 million.

In 2005, Mujer Hoy was the leading women's supplement (2.2 million readers), after its redesign in 2004.

Taller de Ediciones Corporativas, S.L. (Tecorp) es una sociedad de TESA responsable de la edición de revistas corporativas para instituciones y empresas. Tecorp posee una participación del 52% en **Inversor Ediciones, S.L.** editora del semanario **Mi Cartera de Inversión**, así como de libros y manuales dedicados a temas de inversión, ahorro y gestión de patrimonios. Organiza, además, los dos Salones de Bolsa de referencia en España: Bolsalia (Madrid) y Borsalia (Barcelona) así como jornadas técnicas de referencia.

Taller de Editores Digital, S.L. gestiona los intereses en Internet de TESA: www.mhmujerhoy.com, www.xlsemanal.com y www.laguiatv.com. Nuestros sites han experimentado a lo largo del año un importante cambio y mejora en los contenidos y servicios ofrecidos que se han traducido en una creciente aceptación por parte del mercado publicitario

TESA ha consolidado junto con GyJ España Ediciones, S.L. el posicionamiento de la revista del corazón **GALA** editada por GALA Ediciones, S.L. y participada al 50% por cada compañía. Desde su lanzamiento en el mes de septiembre del año 2004 no ha parado de crecer en ventas cerrando el año 2005 con cerca de 500.000 lectores.

Taller de Ediciones Corporativas, S.L. (Tecorp) forms part of TESA and publishes in-house magazines for institutions and companies. Tecorp owns 52% of Inversor Ediciones, S.L., which publishes weekly Mi Cartera de Inversión, as well as books and manuals on investments, savings and asset management. It also organises Spain's largest stock market fairs, Bolsalia (Madrid) and Borsalia (Barcelona), as well as other major conferences.

Taller de Editores Digital, S.L. manages TESA's internet interests: www.mhmujerhoy.com, www.xlsemanal.com and www.laguiatv.com. Advertising has increased as a result of the major overhaul and substantial improvement of our web site content and services in 2005.

TESA and GyJ España Ediciones, S.L. have reinforced the position of celebrity magazine GALA, published by GALA Ediciones, S.L. and owned 50% by each company. Since its launch in September 2004, it has steadily increased readership, to nearly 500,000 at the end of 2005.

Perfil del lector:

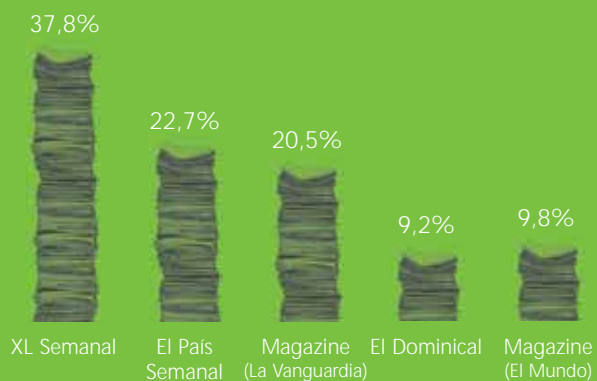
- 50,2% De 20 a 44
- 59,4% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 50,1% Hombres
- 58,1% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 75,8% Clase alta, media alta y media media



AUDIENCIA*



DIFUSIÓN**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Mujer hoy⁷

Perfil del lector:

- 50,9% De 20 a 44
- 59% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 29% Hombres
- 57% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 76,5% Clase alta, media alta y media media

AUDIENCIA*



DIFUSIÓN**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)
 *** feb/jun 2005

Perfil del lector:

- 64% De 20 a 44
- 79,3% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 73% Hombres
- 63,6% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 85,4% Clase alta, media alta y media media



AUDIENCIA*

66,3%



Mi Cartera de Inversión

33,7%



Actualidad Económica

DIFUSIÓN**

40,9%



Mi Cartera de Inversión

59,1%



Actualidad Económica

* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)

Perfil del lector:

- 50,1% De 20 a 54
- 56,2% Con estudios de BUP, COU o superiores
- 23,8% Hombres
- 69% Residentes en urbes +50.000 habitantes
- 73% Clase alta, media alta y media media

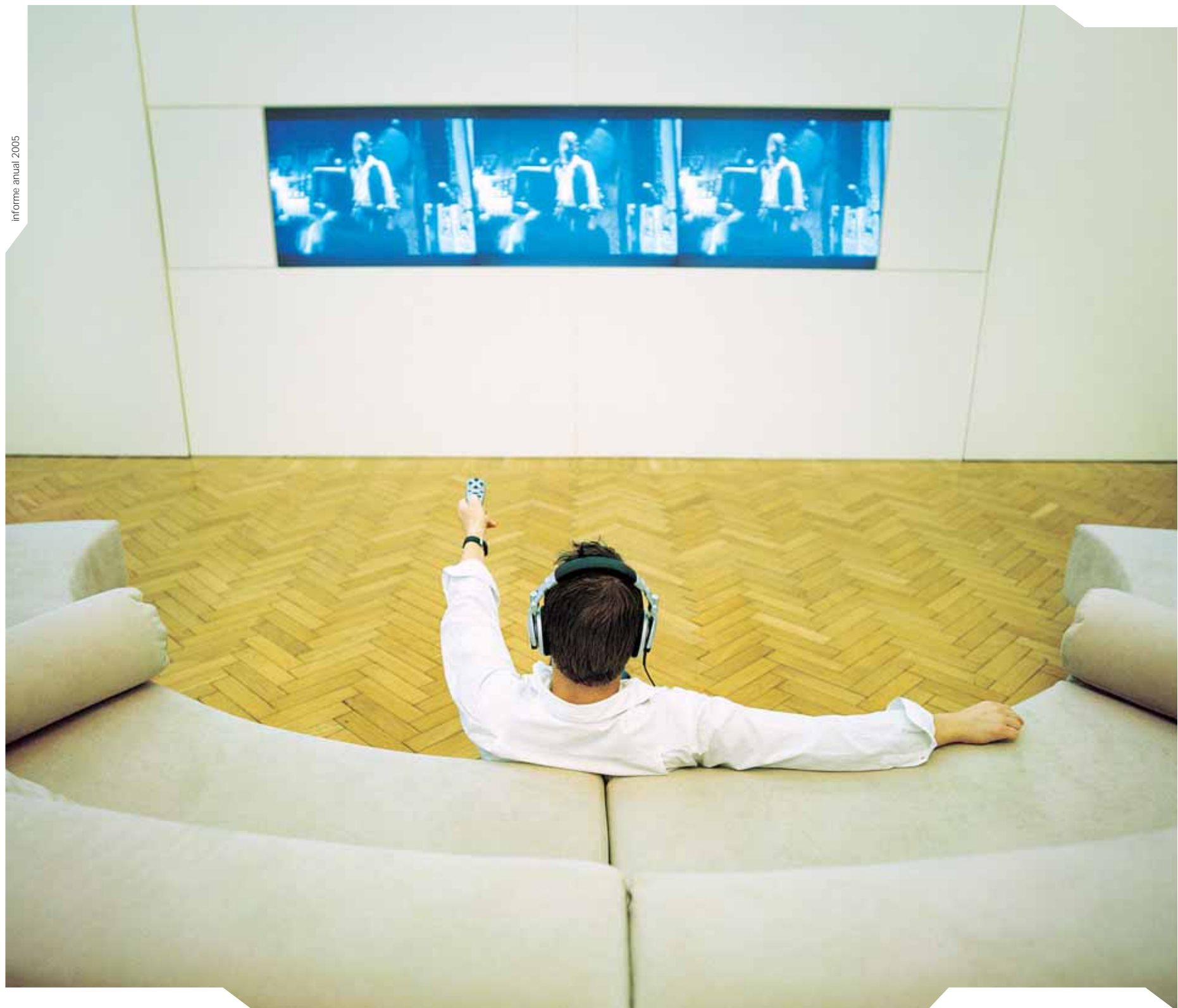
AUDIENCIA*



DIFUSIÓN**



* Fuente: E.G.M.: 3º año móvil 2005 | ** O.J.D. (ene/dic 2004)
 *** feb/jun 2005



Introducción

AUDIOVISUAL

La apuesta de Vocento por el sector audiovisual se ha potenciado durante el año 2005, tanto desde el punto de vista organizativo con la creación de una división Audiovisual específica, como desde el punto de vista del negocio y su desarrollo. La División

Audiovisual de Vocento pasa a convertirse en la tercera gran área de negocio, que se une a las ya existentes, de Medios Impresos y Diversificación e Internacionalización que soportan el crecimiento de Vocento.

Esta reorganización audiovisual viene motivada por el enorme reto estratégico que supone el futuro apagón analógico en el año 2010, el incremento de la oferta televisiva y la necesidad de posicionar los intereses audiovisuales de Vocento de la

manera más competitiva posible. El año 2005 ha supuesto un fuerte desarrollo para las tres actividades principales que configuran la División Audiovisual.

Vocento's focus on the audiovisual sector was strengthened in 2005, both organisationally, through the creation of a separate Audiovisual division, and in terms of business development.

Vocento's Audiovisual division is now the group's third-largest business, alongside Print Media and Diversification and Internationalisation, supporting the group's growth.

This reorganisation of audiovisual was due to the major strategic challenge posed by the analogue blackout in 2010, the growing television offering, and the need to position Vocento's audiovisual offerings as competitively

as possible. The three main activities in the Audiovisual division were strengthened considerably in 2005.

Televisión

AUDIOVISUAL

TV NACIONAL

Telecinco

Telecinco cerró 2005 con una serie de resultados récord, tanto en ingresos, márgenes operativos (EBITDA y EBIT)

como en beneficio neto. El aumento de audiencia en 0,2 puntos con respecto a 2004, sumado al incremento de ingresos publicitarios brutos de televisión del 15,7% alcanzado por el Grupo Publiespaña y al mantenimiento de un control

estricto sobre los costes operativos, confirmó a Telecinco como líder absoluto del sector audiovisual en las principales magnitudes de gestión.

Telecinco alcanzó unos ingresos netos de publicidad récord de 870,95 millones de euros, un 18% por encima de los 738,38 alcanzados en 2004. El margen bruto operativo EBITDA ajustado logró la cifra de 423,26 millones de euros, un 40,8%

NATIONWIDE TV

Telecinco

Telecinco had a record year in 2005 in terms of revenues, EBITDA, EBIT and net profit. The increase in

audience figures by 0.2 points on 2004, plus the 15.7% increase in gross advertising revenues attained by the Publiespaña Group, coupled with strict control of operating costs, confirmed Telecinco's top position in the audiovisual sector.

Telecinco obtained a record 870.95 million euro in net advertising revenues, 18% more than the 738.38 million euro in 2004. Adjusted EBITDA amounted to 423.26 million euro, 40.8% more than in 2004.

After-tax earnings totalled 290.33 million euro, 35.5% more than in 2004 and Telecinco's highest ever profit.

más que en 2004. El resultado después de impuestos fue de 290,33 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 35,5% con respecto a 2004, la cifra de beneficios más alta de la historia de Telecinco.

Al notable incremento en la inversión publicitaria en televisión experimentado en 2005 se ha sumado la excelente gestión realizada por el Grupo Publiespaña, que se situó como la compañía líder en facturación, con unos ingresos

publicitarios brutos de televisión récord de 909,98 millones de euros, lo que supone un 15,7% más respecto al mismo período de 2004. La compañía también se confirmó como líder en cuota de mercado con un 31,4% en 2005, frente al 29% obtenido en 2004, y en ratio de eficiencia.

Este balance récord es consecuencia directa del contundente liderazgo de audiencia de Telecinco, la excelente gestión comercial de su espacio

publicitario y una acertada política de contención de costes, que han crecido un 3,9%, en línea con la inflación, como viene siendo habitual en los últimos años, y ello a pesar del incremento de la presión sobre los costes por un aumento de la competencia y por una mayor facturación publicitaria.

Por segundo año consecutivo Telecinco volvió a liderar las audiencias totales del año. Con un 22,3% de cuota media de pantalla,

incrementó en 2 décimas el resultado de 2004, cuando se erigió como la primera cadena privada que batía el liderazgo histórico de TVE1. Telecinco lideró el 2005 de forma sostenida, durante más de 200 días y en nueve meses del año, y prácticamente en todas las franjas del día, donde superó los datos del año pasado: prime time (22,9% Sofres 20,30-24,00), mañana (21,3%), sobremesa (21,9%) y late night (27,1%).



In addition to the notable growth in television advertising expenditure in 2005, Publiespaña's superb performance enabled it to lead the field, with 909.98 million euro in gross television advertising revenues, 15.7% more than in 2004. The company also confirmed its leading position in terms of market share (31.4% in 2005, up from 29% in 2004) and efficiency.

These record figures are the direct result of Telecinco's strong lead in audience figures, superb management of advertising space and judicious containment of costs, which rose 3.9%, in line with inflation, as in recent years, despite rising pressure on costs due to growing competition and higher advertising billings.



Telecinco headed total audience numbers for the second year running. It had an average screen share of 22.3%, 0.2 points more than in 2004, when it became the first privately-owned TV channel to outstrip TVE1. Telecinco remained in the lead steadily during the year –over 200 days, nine months– in practically all time slots, where it exceeded the previous year's figures:

prime time (22.9% Sofres 20.30-24.00), morning (21.3%), afternoon (21.9%) and late night (27.1%).

La consecución de estos resultados se debe al éxito de sus programas de producción propia, ("Aquí hay Tomate", "El Programa de Ana Rosa Quintana", "A tu lado" y sus espacios de tele realidad...) su exitosa ficción, y su decidida apuesta por la Fórmula 1, que ha hecho de sus retransmisiones las más seguidas en la historia de la TV.

La iniciativa solidaria "12 meses, 12 causas" cumplió en el año 2005 seis años al servicio de la concienciación y la búsqueda de la participación activa de los espectadores con la emisión de 12 campañas institucionales acerca de 12 problemas cercanos a la audiencia.

NET TV

Durante el año 2005 han continuado las emisiones de NET TV con la emisión de géneros variados (música, cine, teleseries, telenovelas, etc.) El escaso desarrollo de la TDT en España, debido al casi nulo parque de receptores, continua siendo una de las trabas más importantes para que las emisiones en digital sean rentables.

A pesar de ello, el año 2005 ha sido un año fecundo en cambios legislativos en materia de TDT. En junio de 2005 se aprobó la Ley de Medidas Urgentes para el impulso de

la televisión digital terrestre, que supuso para NET TV la posibilidad de optar por un segundo canal TDT así como asegurar la explotación de un canal múltiple completo, en el momento que se produzca la desaparición de las emisiones analógicas de TV, previsto para el 3 de abril de 2010: esto sitúa a NET TV, a partir de esa fecha, en las mismos niveles técnicos desde el punto de vista de capacidad de ancho de banda y características de emisión que el resto de los operadores privados (T5, A3, Cuatro y La Sexta).

El segundo canal le fue otorgado a NET TV en Octubre de 2005 y desde

el 30 de noviembre de 2005, opera bajo la marca FLYMUSIC, canal temático musical. NET TV participa también desde esa fecha en la Asociación para el Impulso de la TDT, asociación en la que participan, además de los operadores privados de ámbito nacional, TVE, FORTA y Abertis, y cuyo objetivo es el de planificar junto con la administración y los sectores implicados todas aquellas acciones encaminadas a la consecución del apagón analógico en la primavera del año 2010 y el despliegue definitivo de la TDT.



These results were due to the success of in-house programmes (Aquí hay Tomate, El Programa de Ana Rosa Quintana, A tu lado and reality TV), successful drama series, and a strong focus on Formula 1 (race broadcasts set all-time audience records).

The "12 months, 12 causes" solidarity initiative reached its sixth year in 2005, raising awareness and encouraging active participation by viewers in 12 institutional campaigns to address 12 problems close to home.

NET TV

In 2005, NET TV continued to broadcast a variety of content (music, movies, series, soaps, etc.). The low penetration of DTT in Spain is still one of the main obstacles to profitability in this segment.

Nevertheless, 2005 saw a large range of legislation in the area of DTT. In June 2005 came the Law of Urgent Measures to promote digital terrestrial television, which enabled NET TV to bid for a second DTT

channel and secure a full multiple channel when analogue broadcasts are shut down (scheduled for 3 April 2010); from that date, therefore, NET TV will be on a par, in terms of bandwidth and broadcasting characteristics, with the other private broadcasters (T5, A3, Cuatro and La Sexta).

NET TV was granted the second channel in October 2005 and since 30 November 2005 it has been operated as a music channel under the FLYMUSIC brand. Since that date,

NET TV has been a member of Asociación para el Impulso de la TDT, an association comprising the Spanish private operators, TVE, FORTA and Abertis, whose aim is to plan, with the administration and other stakeholders, the steps towards the analogue blackout in the spring of 2010 and the definitive deployment of DTT.

TV LOCAL

Punto TV

El año 2005 ha sido para la industria de la Televisión Local un año importante, ya que se ha afianzado como alternativa audiovisual, tanto para los espectadores como para el sector publicitario, alcanzando una cuota de pantalla sobre el consumo total de televisión de un 3,5%, un 16,7% superior al año 2004, y que reafirme el constante crecimiento de este sector en los últimos años.



LOCAL TV

Punto TV

It was an important year for the local television industry, which strengthened its position as an audiovisual alternative for viewers and advertisers and attained a total audience share of 3.5%, 16.7% more than in 2004, continuing the steady growth trend observed in previous years.

Con la nueva temporada 2005 se implantó una imagen corporativa común a todas las televisiones locales de Vocento, homogenizando la continuidad de las mismas, y rediseñando los indicativos y símbolos audiovisuales, junto con la creación de la nueva marca comercial que agrupa a la red de las televisiones locales de Vocento, denominada **Punto TV**.

Punto TV finaliza el 2005 con 48 televisiones en 39 provincias, con una cobertura de más de doce millones

*In the new 2005 season, a common corporate image was rolled out at all Vocento's local television stations, continuity was standardised and the logos and audiovisual symbols were redesigned in conjunction with the creation of a new brand to group Vocento's local television network: **Punto TV**.*

de ciudadanos, y que diariamente es vista por más de 2 millones ochocientos mil telespectadores, según datos de TN Sofres. Durante el año 2005 se ha consolidado el plan de expansión de Punto TV, focalizado en tener presencia en las principales capitales de provincia de España, con 14 nuevas televisiones asociadas a la red. Destaca la presencia en Barcelona y su área metropolitana con la compra de la mayoría de Flaix TV, que hoy opera bajo la marca **UrBe TV**.



Punto TV ended 2005 with 48 television stations in 39 provinces, covering over 12 million citizens and viewed daily by over 2.8 million viewers, according to TN Sofres data. During 2005, Punto TV's expansion plan gathered pace; focused on attaining a presence in Spain's main provincial capitals, it added 14 television stations to the network. Coverage of the Greater Barcelona area was attained through the

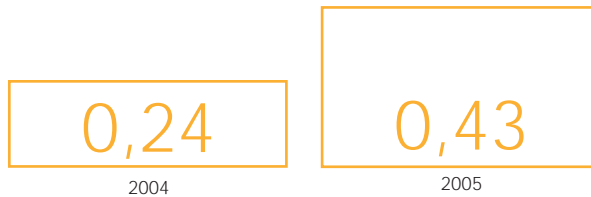
Punto TV finalizó el año 2005 con una cuota del 15,22% del total del mercado de televisión local frente al 8,4% del año anterior, alcanzando una cuota de pantalla sobre el mercado total de la televisión del 0,51%, frente al 0,25% de 2004.



*acquisition of Flaix TV, now rebranded **UrBe TV**.*

Punto TV ended the year with a 15.22% share of the local TV market, up from 8.4% in 2004, and attained a 0.51% screen share overall, up from 0.25% in 2004.

Evolución de la cuota nacional de pantalla de Punto TV (%)



Asimismo, está avanzando en la mejora significativa de contenidos tanto comunes (compartidos por toda la red), como locales. Estos últimos están enmarcados dentro del proyecto multimedia que permite aprovechar al máximo las sinergias existentes en materia de contenidos y comercialización, con el objetivo liderar como red las audiencias en cada una de las provincias, en un modelo basado en la televisión de calidad, cuyo referente es la

Content, both syndicated and local, has been improved considerably. Local content is framed in the context of a multimedia project to take maximum advantage of synergy in terms of content and marketing with the goal of attaining the lead in audience figures in each province using a quality TV model centred on proximity information and news.

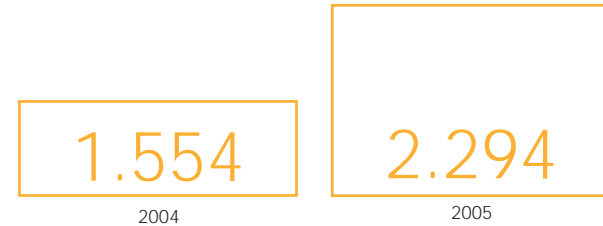
información y actualidad de proximidad.

En este sentido, la gestión de la publicidad nacional de Punto TV por CMXXI ha permitido durante el 2005 sentar las bases en el mercado publicitario nacional, buscando no solo aportar al cliente campañas convencionales para televisión, sino crecer con nuevas formulas para la obtención de mayores ingresos con propuestas de barterización, ofertas

Management of Punto TV's advertising space nationwide by CMXXI enabled it to establish the foundation of a national advertising market, seeking not only conventional television advertisers but also new formulas to enhance revenues via barter arrangements, multimedia offerings, geographical segmentation, etc.

Evolución de la audiencia diaria de las tv locales de Punto TV

(en miles de espectadores)



multimedia, segmentación por distribución geográfica, etc.

En relación a la programación común de las televisiones locales, Punto TV ha firmado acuerdos con las principales distribuidoras de cine para consolidar una oferta cinematográfica de primer nivel. La actualidad deportiva también tiene un hueco en la programación, con especial atención a la Liga Española de Fútbol.

In the area of syndicated content, Punto TV signed agreements with the main movie distributors to secure a top quality offering. Sport is also an important component, particularly the Spanish Football League.

El público juvenil se ha visto representado en programas como Fan Factory, un repaso a la actualidad musical presentado por Alex Casademunt, o la serie Rebelde, de gran éxito internacional.

Desde el punto de vista administrativo, las televisiones locales de Punto TV han obtenido a finales de 2005 concesiones administrativas autonómicas de televisión digital terrestre TDT en la Comunidad

Young viewers are catered for with such programmes as: "Fan Factory", a review of the latest music presented by Alex Casademunt, and the international hit series "Rebelde".



Autónoma de Valencia (con desconexiones provinciales) y en la Comunidad Autónoma de Murcia, que se suman a las ya concedidas licencias de TDT autonómicas de Madrid (Onda 6) y Rioja (TVR), que están actualmente en procesos de concesión de nuevas licencias locales TDT de las Televisiones de Gijón y Barcelona.

Late in 2005, Punto TV's local stations obtained DTT licences for the Valencia Autonomous Region (with separate provincial programming) and Murcia Autonomous Region; it already has Autonomous Region DTT licences for Madrid (Onda 6) and Rioja (TVR) and has bid for new local DTT licences in Gijón and Barcelona.

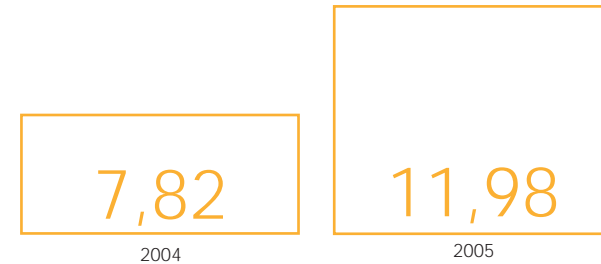
UrBe TV

Urbe TV es la televisión local de Barcelona que se incorporó a la red de televisiones locales de Punto TV a mediados del 2005. El pasado 10 de octubre se inició la nueva programación y se llevó a cabo el cambio de marca (antes Flaix TV). UrBe TV ha terminado el año con buenos registros, alcanzando una audiencia acumulada de 1.561.800 espectadores, con un crecimiento del 15% en tan solo 2 meses y medio, según datos Sofres Tn. Y además de

UrBe TV

UrBe TV is the Barcelona local station that joined Punto TV's network in mid-2005. It commenced its new programming under its new brand (formerly Flaix TV) on 10 October. Urbe TV reported good results in 2005, ending the year with an accumulated audience of 1,561,800, i.e. 15% growth in just two-and-a-half months (TN Sofres data).

Evolución de la cuota local de Punto TV (%)



ha producido una renovación del perfil del telespectador, pasando de un público joven y especializado en la música a un espectador generalista y con capacidad de compra.

UrBe TV se ha presentado al concurso de Televisión Digital Terrestre Local en Barcelona, con un proyecto sólido y solvente en términos económicos, técnicos y de programación. El fallo por parte de la Generalitat de Cataluña se producirá durante el primer semestre de 2006.

Additionally, the station changed its focus from a young, music-oriented audience to targeting a more general audience with purchasing power.

UrBe TV has bid for a local DTT licence in Barcelona with a proposal that is solid in economic, technical and programming terms. The Cataluña Regional Government will make a decision in the first half of 2006.

Ondaseis TV

El ejercicio 2005, se ha caracterizado por profundos cambios legislativos y tecnológicos en el sector de la televisión comercial, tanto a nivel nacional como a nivel regional de Madrid,

La resolución en el mes de agosto del concurso público de televisión digital local por parte de la Comunidad de Madrid habilitaba el inicio de emisiones de nuevos servicios de televisión, hasta un número de

Ondaseis TV

There were sweeping legislative and technological changes in commercial TV, both nationwide and in the Madrid region, in 2005.

The decision in August in the Madrid Regional Governments' auction of DTT licences enabled up to 40 new channels, both public and private, to

cuarenta, públicos y privados, repartidos en diez demarcaciones geográficas de la región madrileña.

En este entorno, Ondaseis TV ha realizado una nueva apuesta y una rápida adaptación, rediseñando su concepto de televisión, apostando por contenidos de calidad, cercanos a los madrileños, con una nueva imagen de marca y con el objetivo, a medio plazo, de convertirse en la primera cadena privada de la Comunidad de Madrid.



start operating in the ten districts into which the region is divided.

In this context, Ondaseis TV adapted rapidly, redesigning its concept of television to focus on content that is proximate to Madrid viewers under a new brand image with the mid-term goal of becoming the top privately-owned television channel in the Madrid region.

Ondaseis TV se ha potenciado con nuevos contenidos que han aportado una programación próxima, cercana, variada y diferente, y ha incorporado a las emisiones del canal a reconocidos profesionales de la televisión, manteniendo las tasas de crecimiento de audiencia del canal obtenidas en ejercicios anteriores.

El año 2005 ha sido también el de la apuesta en marcha de los servicios informativos de la cadena, que desde su estreno el pasado 10 de marzo, han evolucionado significativamente hasta convertirse en uno de los

Ondaseis TV added new content that is local, varied and different, hired prestigious names, and maintained the audience growth trend of previous years.

In 2005, the station also focused on news coverage; since the newsroom was launched on 10 March, it has expanded to become a mainstay of programming through its regular bulletins and special features. The

pilares de la programación, tanto en sus ediciones diarias como en sus coberturas especiales. El reconocimiento profesional les ha llegado desde la Asociación de Profesionales de Radio y Televisión de Madrid, que les ha premiado con una "Antena de Plata" dentro del apartado de los medios audiovisuales autonómicos.

Según Sofres Tn, las emisiones de la cadena, en su media anual, han sido vistas por más de 1.600.000 madrileños. De ellos, y en cómputo anual, su media diaria ha ascendido

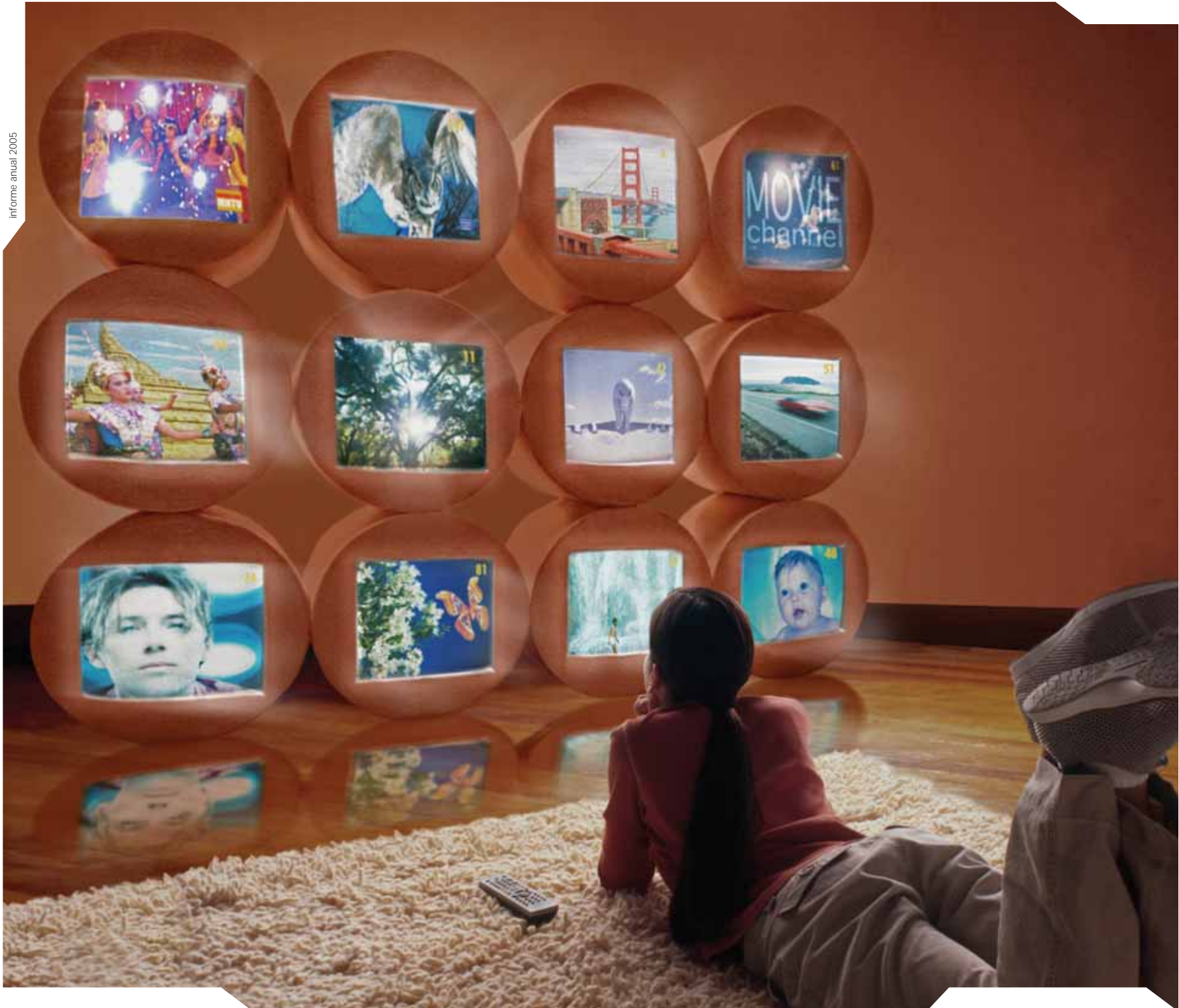


Madrid Association of Radio and Television Professionals awarded it the "Silver Antenna" award in the category of regional audiovisual media.

The station was viewed by an average of over 1,600,000 Madrid residents in 2005 (annual average, TN Sofres figures). The daily average was 352,000 viewers, and the station attained an annual average 0.5%

hasta los 352.000 espectadores, consiguiendo media anual del 0,5% de Share Total Televisión y del 18% en Cuota de Televisión Local. Estas cifras de audiencia suponen crecimientos medios anuales, con respecto al año 2004, del 22% en el caso del Share TTV en Madrid y del 26% de la cuota local de TV captada por la programación de Ondaseis TV. Esta buena marcha de la audiencia de Ondaseis TV ha confirmado en los primeros meses del año 2006 que la cadena ha mejorando sustancialmente los datos del año 2005.

total television share and an 18% local television share. Those audience figures represent 22% growth in the TV share in Madrid, and 26% in the local TV share. The good performance by Ondaseis TV was confirmed in the early months of 2006, when figures were substantially better than in 2005.



En el ejercicio 2006 se va a potenciar desde Veralia una estrategia común en todas las productoras.

Producción Audiovisual

AUDIOVISUAL

El ejercicio 2005 ha sido el de reordenación y toma de control de las participaciones que Vocento posee en las productoras de televisión Grupo Europroducciones, BocaBoca y Videomedia, las cuales se han agrupado a través de Veralia (sociedad holding participada en un 85% por Vocento, un 10% por Diana Capital y un 5% por Gescaixa Galicia).

Durante este mismo ejercicio se ha incrementado la participación en BocaBoca del 30% al 70% y se ha tomado un 30% de Videomedia. A su vez se ha vendido la participación del 24% en el Grupo Árbol (Globomedia), tras varios años de fructífera colaboración, debido a la imposibilidad de alcanzar una participación mayoritaria en dicha sociedad y ante el proceso de fusión

con el Grupo Mediapro así como la decisión de Globomedia de participar en el concurso de un nuevo canal de televisión. Dicha desinversión se realizó con importantes plusvalías para Vocento.

En el ejercicio 2006 se va a potenciar desde Veralia una estrategia común en todas las productoras cuyos principales ejes serán la potenciación

de ingresos, el aprovechamiento de sinergias y el apoyo a su internacionalización, todo ello en un entorno cambiante en donde la aparición de dos nuevos canales analógicos y los nuevos canales de Televisión Terrestre Digital nacionales, autonómicos y locales van a traer una fragmentación de las audiencias y posibles cambios en el modelo de negocio de las televisiones.

During 2005, Vocento reorganised and acquired control in its stakes in television production companies Grupo Europroducciones, BocaBoca and Videomedia, which were grouped into Veralia, a holding company owned 85% by Vocento, 10% by Diana Capital and 5% by Gescaixa Galicia.

During the year, it increased its holding in BocaBoca from 30% to 70%, and acquired 30% of Videomedia. Also, after several years of fruitful cooperation, it divested its 24% stake in Grupo Árbol (Globomedia) due to the impossibility of attaining a controlling stake and in view of the merger with the

Mediapro group and the decision by Globomedia to bid for a new television channel. That divestment provided sizeable capital gains to Vocento.

In 2006, Veralia will lead a common strategy at all the production companies with the aim of enhancing

revenues, reaping synergies and expanding abroad, all in a context of change with the appearance of two new analogue channels and the new nationwide, regional and local DTT channels, which will fragment audiences and may lead to changes in the television business model.

Grupo Europroducciones

Participada en un 70% por Vocento, Grupo Europroducciones facturó cerca de 28 millones de euros y obtuvo un beneficio neto de un 1,8 millones.

En la temporada 2005, estuvo presente en TVE con la emisión de la teleserie "Obsesión". "Grand Prix del verano" volvió durante los meses estivales a TVE como viene siendo habitual desde hace más de once años, de la mano de su presentador Ramón García. En Antena 3, el magazín matinal dirigido y presentado por María Teresa Campos, "Cada día", inició su segunda temporada. 2005 supuso para Grupo Europroducciones un ejercicio de

éxitos en televisiones autonómicas y locales, como es el caso de "Los imposibles" en Telemadrid. También "Ding Dong", una magazín diario, para la red de televisiones locales del grupo Vocento. "Nit d'exits" concurso musical para la cadena balear IB3 basado en la competición de géneros musicales o cantantes. Y, a finales de año, "El Compromiso", un programa de entretenimiento para Canal Sur Televisión.

Europroducciones es el responsable de la producción de Fly Music. Un canal de televisión musical con vocación de club televisivo, con identidad de marca y dirigido a un público eminentemente joven y urbano, interesado en la actualidad musical, en internet y las nuevas tecnologías. Euroservice, filial de Europroducciones, es la encargada del play out de Net TV y Fly Music.



Grupo Europroducciones

Grupo Europroducciones (owned 70% by Vocento) obtained nearly 28 million euro in revenues and 1.8 million euro in net profit.

In the 2005 season, its series "Obsesión" was broadcast on TVE. Summer programme "Grand Prix del verano", presented by Ramón García, returned to TVE for its eleventh season. On Antena 3, "Cada día", the daytime magazine show presented by María Teresa Campos, began its second season. Grupo Europroducciones had a number of successes in regional and local

television channels in 2005: "Los imposibles" on Telemadrid; "Ding Dong", a daily magazine show for Vocento's local television network; "Nit d'exits", a music contest for Balearic channel IB3 based on music genres or singers; and, at the end of the year, "El Compromiso", an entertainment programme for Canal Sur Televisión.

Europroducciones is in charge of production at Fly Music, a music TV channel cast as a TV club with a brand identity geared mainly towards young people living in cities interested in music news, internet and new technologies. Euroservice, a subsidiary of Europroducciones, is in charge of playing out Net TV and Fly Music.

En el ámbito internacional, Europroducciones tiene filiales para la producción de programas en Italia, Portugal, y, en proceso de apertura, en Polonia. Opera, además, en Grecia, Turquía y Estados Unidos a través de alianzas con empresas locales.

En Italia, programas de gran éxito como "Due sul Divano" (La7), "Diglielo in faccia" (Rai Uno), "La parola misteriosa" (Rai Due), "Al bar dello Sport" (Rai Due) "Assolo" (La 7), "Che Sarà, será" (Rai Tre), "Io non t'ho mai chiesto niente" (Canale 5), "Il 68", entre otros y la preproducción del programa "El show de los récords" ("Lo show dei record") para Mediaset. En Portugal con "O mundo aquí" (RTP). En Polonia, se estrenó para la televisión

Outside Spain, Europroducciones has programme production subsidiaries in Italy and Portugal and is currently opening one in Poland. It also operates in Greece, Turkey and the US through alliances with local companies.

In Italy, it produces successful programmes such as "Due sul Divano" (La7), "Diglielo in faccia" (Rai Uno), "La parola misteriosa" (Rai Due), "Al bar dello Sport" (Rai Due) "Assolo" (La 7), "Che Sarà, será" (Rai Tre), "Io non t'ho mai chiesto niente" (Canale 5) and "Il 68" and handles preproduction of "Lo show dei record" for Mediaset. In Portugal, it produces "O mundo aquí" (RTP). In Poland, "Zaloz Sie" (local adaptation

pública TVP y con la colaboración de la productora polaca Rochstar, "Zaloz Sie", adaptación local del programa "Wetten Dass" ("¿Qué apostamos?").

Enero 2005, Europroducciones y RAI, Radio Televisione Italiana s.p.a. firmaron un acuerdo de colaboración para la producción de Óperas y Grandes Eventos, la producción de programas culturales y el desarrollo de canales temáticos y programas de servicio público.

of the "Wetten Dass" programme) debuted on public television channel TVP, with the collaboration of Polish production company Rochstar.

In January 2005, Europroducciones and RAI, Radio Televisione Italiana s.p.a. signed a collaboration agreement to produce operas, major events and cultural programmes and develop theme channels and public service programmes.

En la producción cinematográfica y a través de su filial Euro Ficción se produjo la comedia de enredo "El sexo lo cambia todo" y finalizó la superproducción "Teresa de Calcuta", coproducida por las productoras españolas Euro Ficción y BocaBoca Producciones, la italiana Lux Vide Spa y Mother Theresa Production Ltd. de Londres. El estreno quedó pendiente para enero de 2006.

Desde el punto de vista radiofónico se realizó la producción del programa dominical "Punto en boca", presentado por Ramón García, para Punto Radio; así como el espacio de Reyes Monforte "Cinco Lunas", para la misma cadena.

In film production, through subsidiary Euro Ficción, it produced comedy caper "Viva Sapato!" and completed superproduction "Mother Teresa of Calcutta", coproduced with BocaBoca Producciones (Spain), Lux Vide Spa (Italy) and Mother Theresa Production Ltd. (London). The film premiered in January 2006.

In radio, the company produced the Sunday show "Punto en boca", presented by Ramón García, for Punto Radio; and "Cinco Lunas", presented by Reyes Monforte, for the same radio station.

BocaBoca producciones

Vocento posee el 70% de las acciones de BocaBoca Producciones, una de las principales productoras españolas de cine y televisión creada en 1988 por César Benítez, que permanece como accionista de la sociedad y que es el máximo responsable de la gestión de la misma. Con una facturación de 18,6 millones de euros consiguió un beneficio neto de 0,8 millones.

En 2005, en el terreno de la ficción de televisión BocaBoca mantiene vivo y más fuerte que nunca, el éxito de "El Comisario" (Telecinco), una de las series más veteranas de la televisión: el pasado mes de marzo de 2005, la serie despidió su octava temporada con los mejores datos de audiencia

BocaBoca Producciones

Vocento owns 70% of BocaBoca Producciones, one of Spain's largest film and TV production companies, created in 1988 by César Benítez, who remains as a shareholder and is the CEO. With 18.6 million euro in revenues, it posted a net profit of 0.8 million euro.

In TV fiction series, BocaBoca continued strong in 2005 with the success of "El Comisario" (Telecinco), one of the longest-running TV series in Spain: in March 2005, the series ended its eighth season with the best audience figures since its debut in January 1999: an average of 4,928,000 viewers and 29.3% share.

desde su estreno en enero de 1999, con una media de 4.928.000 espectadores y 29,3% de cuota de pantalla y volvió en noviembre de 2005 en su novena temporada manteniendo el mismo interés por parte de la audiencia y siendo líder en prime time en su día de emisión. En noviembre de 2005, inició la grabación de la serie, "Con Dos Tacones", una comedia urbana en la que las protagonistas son cinco mujeres y que se estrenará en marzo



It returned for its ninth season in November 2005, with the same audience level and attained the top prime time audience on its day of broadcast. "Con Dos Tacones", an urban sitcom about five women, began shooting in November 2005 and debuted on TVE1 in March 2006. "Vallterra", a daily soap for IB3 (the Balearic regional TV channel), began broadcasting in September 2005 and has become one of the channel's leading programmes.

2006 en TVE1. También emite desde septiembre de 2005, "Vallterra", una teleserie de emisión diaria para la Televisión Autonómica Balear (IB3) que se ha convertido en poco tiempo en uno de los productos de mayor notoriedad de la cadena.

En el campo del entretenimiento, "Pasapalabra" (Antena 3), el concurso más longevo de la televisión privada, sigue cautivando la audiencia: en 2005, el programa

In entertainment, "Pasapalabra" (Antena 3), the longest-running quiz show on Spanish private television, still attracts a large audience: in 2005, the programme reached record audience figures after offering the largest prize in Spanish television history (over 1,200,000 euro, in March 2005) and obtained the TP Award in January 2005 for the best entertainment programme. The second season of "Metro a Metro"

consigue récords de audiencia debido a la puesta en juego del mayor premio de la historia de la televisión española (más de 1.200.000 euros a fecha de marzo 2005) y obtiene el Premio TP al mejor programa de entretenimiento en enero de 2005. Se suma a este programa, el éxito de la segunda temporada de "Metro a Metro" (Telemadrid): el concurso ha conseguido el premio del Foro del Espectador en marzo de 2005 y se mantienen con unas altas cuotas de audiencia en su franja horaria. Además, en este año, BocaBoca ha producido el programa "¡Taxi! ¡Taxi!", un formato adaptado del original "Cash Cab" de All3Media



(Telemadrid) was also a success: this quiz show obtained the Foro del Espectador award in March 2005 and has high audience figures in its time slot. Moreover, in 2005, BocaBoca produced the programme "¡Taxi! ¡Taxi!", an adaptation of the original "Cash Cab" (All3Media), which will be broadcast on Telemadrid, and created new formats such as "Mucho Madrid" and "Estamos en Onda", which debuted in September 2005

que se emitirá en Telemadrid y ha creado nuevos formatos como "Mucho Madrid" y "Estamos en Onda" que empezaron a emitirse en septiembre de 2005 en la cadena de televisión autonómica madrileña Onda 6.

En el ámbito cinematográfico, BocaBoca estrena "Semen, una historia de amor" en julio de 2005 que se convierte en la comedia española más taquillera del verano. La película es dirigida por Inés París y Daniela Fejerman y protagonizada por Ernesto Alterio, Héctor Alterio y Leticia Dolera.

on Onda 6 (a Madrid regional TV channel).

In films, BocaBoca premiered comedy movie "Semen, a love story" in July 2005, which was the summer's biggest Spanish hit. The film is directed by Inés París and Daniela Fejerman and stars Ernesto Alterio, Héctor Alterio and Leticia Dolera.

Videomedia

Vocento es propietario del 30% del capital social de grupo VIDEOMEDIA, S.A., uno de los principales grupos independientes españoles de producción de contenidos de televisión, con sedes en Madrid, Milán y Lisboa. Durante el ejercicio 2005 dicha sociedad ha alcanzado una facturación de 16,4 millones de euros con un resultado neto de 1,8 millones.



Videomedia

Vocento owns 30% of Videomedia, S.A., one of Spain's leading independent TV content production companies, based in Madrid, Milan and Lisbon. In 2005, Videomedia posted 16.4 million euro in revenues and 1.8 million euro in net profit.

Este año continuó produciendo la serie de ficción "Hospital Central", cuya emisión en dicho ejercicio sigue gozando de la confianza y fidelidad de la audiencia después de cinco años en antena, convirtiéndose, por tanto, en una de las series de ficción de referencia dentro del panorama nacional. Asimismo, y tras la nueva concesión otorgada a la cadena de televisión Cuatro, ha iniciado para dicha cadena, igualmente en el ámbito de la ficción, la producción de

It continued to produce the drama series "Hospital Central", which maintains good audience figures after five years on television and is one of Spain's top drama series. Now that Cuatro has obtained the licence to broadcast free-to-air, Videomedia also began production of the sitcom "7 días al desnudo" and two microprogrammes.

una "sitcom", "7 días al desnudo" y de dos microespacios.

En el área de los programas de entretenimiento y, asimismo durante el ejercicio 2005 ha iniciado la producción de un programa de entretenimiento ("docusoap") para el canal autonómico Telemadrid, consistente en el seguimiento del proceso de selección del reparto artístico del musical "Fama" del que es además productor.



In entertainment programmes, in 2005 it began production of a docusoap for Telemadrid which follows the casting process for the musical "Fama", which it is also producing.

En el plano internacional, a través de su filial en Portugal, ha producido dos programas de entretenimiento de producción propia para la cadena pública RTP2 y la adaptación de un formato de concurso infantil para la cadena privada SIC. Videomedia también está presente en Italia donde prevee la producción de alguna serie de ficción.

Outside Spain, through its subsidiary in Portugal, it produced two entertainment programmes for public TV channel RTP2 and adapted a children's quiz show for private TV channel SIC. Videomedia is also present in Italy, where it plans to produce drama series.



Radio

AUDIOVISUAL

Punto Radio ha completado su primer año de vida convirtiéndose en una de las grandes cadenas generalistas del panorama radiofónico español.

Punto Radio

Punto Radio ha completado su primer año de vida convirtiéndose en una de las grandes cadenas generalistas del panorama radiofónico español. En este tiempo Punto Radio ha consolidado un modelo de radio novedoso, basado en la contratación de programas, ha alcanzado cobertura nacional, estando presente en la casi totalidad de capitales de

provincia y principales ciudades españolas y ha conseguido el apoyo de más de 520.000 oyentes según el Estudio General de Medios.

En este ejercicio también se ha trabajado en reforzar y potenciar nuestra programación, incorporación y programas que cubren la actualidad informativa en general y la información deportiva en la programación en cadena. A nivel

local se han reforzado los contenidos propios, tanto en calidad como en extensión, acercando aún más la radio a los ciudadanos.

Además en este ejercicio, Punto Radio ha desarrollado su presencia en Internet, siendo uno de los primeros medios en suministrar la señal de audio de la cadena a través de su página web: www.puntoradio.com

Punto Radio

Punto Radio has completed its first year, becoming one of Spain's leading general radio stations. Punto Radio has established a novel approach based on outsourced programming; it broadcasts nationwide, is present in nearly all

provincial capitals and large cities in Spain, and it has over 520,000 listeners, according to Estudio General de Medios.

In 2005, it also boosted programming to cover general and sports news. In-house content was reinforced at local level, in terms of both quality and scope, bringing the radio closer to citizens' concerns.

In 2005, Punto Radio began broadcasting via the Internet and is one of the first stations to broadcast via its web site: www.puntoradio.com

A lo largo del año 2005, la nomina de programas y periodistas al frente de los mismos ha crecido incorporando novedades significativas en la información de actualidad y deportiva:

Protagonistas:
Luis del Olmo

Campoy en su punto:
Concha García Campoy

A las doce en punto:
Manel Fuentes

Punto en boca:
Ramón García

Cinco Lunas:
Reyes Monforte

De Costa a Costa:
Felix Madero

El Mirador del Deporte y La liga Viva:
Josep Pedrerol y Joaquín Ramos Marcos

Ana en Punto Radio:
Ana García Lozano

El punto de Berlanga:
Consuelo Berlanga

El mirador de la buena vida:
Agustín Herranz

El mirador de la economía:
Alejandro Avila

En los últimos meses del año se cerró la incorporación a Punto Radio de Julia Otero para hacer un programa matinal y reforzar más si cabe el plantel de profesionales de la cadena.



During 2005, new anchors were hired and new programmes added, particularly in the area of current affairs and sport:

Protagonistas:
Luis del Olmo

Campoy en su punto:
Concha García Campoy

A las doce en punto:
Manel Fuentes

Punto en boca:
Ramón García

Cinco Lunas:
Reyes Monforte

De Costa a Costa:
Felix Madero

El Mirador del Deporte and La liga Viva:
Josep Pedrerol and Joaquín Ramos Marcos

Ana en Punto Radio:
Ana García Lozano

El punto de Berlanga:
Consuelo Berlanga

El mirador de la buena vida:
Agustín Herranz

El mirador de la economía:
Alejandro Avila

Towards the end of the year, Punto Radio completed negotiations with Julia Otero to anchor a morning programme, further enhancing the station's superb team of professionals.

Además, el equipo de informativos, capitaneado y dirigido por Javier Fernández Arribas junto con la extensa red de corresponsales, la más importante de la radio española, y los periodistas y colaboradores en nuestras emisoras locales, completa cada día nuestra programación ofreciendo una información completa, independiente y plural.

Radio digital

El panorama de la radio digital mantiene la dinámica de temporadas anteriores progresando lentamente en la consolidación de la misma. El desconocimiento respecto de los servicios DAB por parte del público y de un limitado desarrollo del mercado de receptores, hace que la progresión sea muy lenta.

Ante esta situación, los concesionarios han avanzado solicitando al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio la modificación de los compromisos incluidos en sus ofertas y la adopción de medidas que engloben a todos los agentes implicados para el desarrollo de la radio digital DAB en España. Se espera que estas iniciativas cristalicen en resultados concretos durante el ejercicio 2006.

Cope

A lo largo del año 2005, Vocento redujo al 1,8% del capital en la cadena COPE, a 31 de diciembre.



Additionally, the news team, headed by Javier Fernández Arribas, with an extensive network of stringers (the largest in Spanish radio), and the journalists and contributors at our local radio stations, enable us to provide comprehensive, plural, independent news coverage day after day.

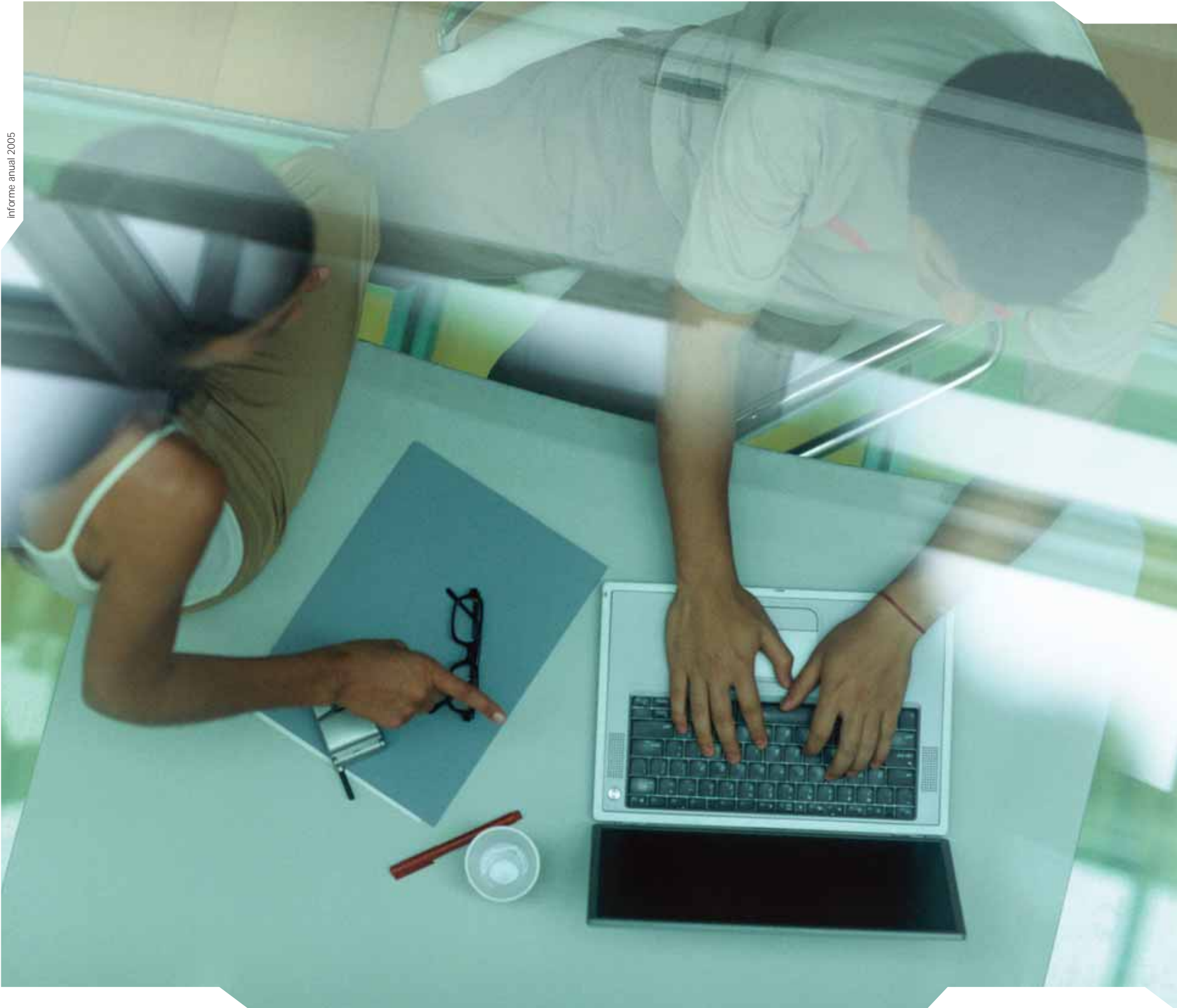
Digital radio

As in previous years, digital radio continues to grow slowly. Lack of public awareness about the services offered by DAB, plus limited development of the receiver market, are the reasons for this sluggish progress.

In view of this situation, digital radio licence-holders petitioned the Ministry of Industry, Tourism and Commerce to modify the commitments made in their bids and to adopt measures that implicate all players in developing DAB digital radio in Spain. These initiatives are expected to lead to concrete action in 2006.

Cope

During the year, Vocento reduced its stake in COPE to 1.8% by 31 December.



Vocento ha conseguido a lo largo de 2005 consolidarse como el grupo de comunicación líder en Internet

Nuevas Tecnologías

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Vocento ha conseguido a lo largo de 2005 consolidarse como el grupo de comunicación líder en Internet, gracias a los resultados alcanzados por el conjunto de todas sus webs certificadas por OJD:

La misma tendencia de crecimiento se observa en el selectivo panel estadístico de Nielsen Net View (hogares, tráfico español):

El concepto de rentabilidad, que ha marcado el desarrollo del grupo en este sector, seguirá presente en los futuros proyectos y en las nuevas

adquisiciones que se lleven a cabo en esta División, todo ello sin renunciar al crecimiento y a la captación de cuota de mercado.

8,5 millones de usuarios
únicos mensuales (+51% sobre año anterior)

532.777 usuarios únicos de media diaria

(Fuente OJD, dic 05)

During 2005, Vocento established itself as a communications group with a leading position in the internet, based on the results of all its web sites, as certified by auditor OJD:

The same growth trend is observed in the Nielsen NetView usage metrics (households, Spanish traffic):

Profitability, the key factor that has shaped the group's development in this sector, will continue to guide

future projects and acquisitions by this Division, while not ignoring growth and market share.

8.5 million unique users
each month (51% more than in 2004)

532,777 average unique users each day

(Source: OJD, Dec. 2005)

2,3 millones de usuarios
únicos mensuales (+80% sobre año anterior)

Vocento duplica el crecimiento del mercado de Internet en España (+43% sobre año anterior)

(Fuente Nielsen Netview, dic 05)

2.3 million unique users
each month (80% more than in 2004)

Vocento attained double the growth of the internet market in Spain (43% on 2004)

(Source: Nielsen NetView, Dec. 2005)

La División de **Nuevas Tecnologías** aglutina todas las actividades de Vocento en este campo: tecnología, portales locales, portales verticales, portal generalista, comercialización de contenidos, comercio electrónico, conectividad y servicios de valor añadido en Internet.

En esta división se integran:

- Funcionalmente, los **portales locales** (concepto hacia el cual han evolucionado las ediciones digitales de los doce periódicos), y **Abc.es**, si bien, organizativamente pertenecen a las unidades de negocio de Multimedia Regionales y ABC, respectivamente)
- **Ozú**, portal generalista, del que Vocento posee una participación mayoritaria. Fundado en febrero de 1996, OZÚ cuenta hoy con una amplia lista de canales verticales, servicios interactivos y de

comunidad, entre los que destacan el chat, correo gratuito, buscador y humor.

- **Alianzas y Nuevos negocios**, desarrollo de negocios verticales. Como complemento a los portales locales y a Abc.es, se han desarrollado de forma centralizada portales verticales que se distribuyen, como canales temáticos, en cada una de las webs del Grupo. Entre estos canales destacan:

- www.hoycinema.com, especializado en cine, ofreciendo una completa cartelera nacional, base de datos de más de 25.000 películas con fichas de las mismas y sus protagonistas, así como la posibilidad de compra de entradas a través de la web.
- www.hoyinversion.com, especializado tanto en finanzas personales como en contenidos profesionales, donde destacan la información bursátil y el análisis de valores y cotizaciones en tiempo real.
- www.hoymotor.com, cobertura del mundo del motor, ofreciendo una



www.hoycinema.com



www.hoyinversion.com



www.hoymotor.com

The New Technology Division encompasses all of Vocento's activities in this area: technology, local portals, vertical portals, general portals, content sale, e-commerce, connectivity and value-added internet services.

This division comprises basically:

- *Functionally, the local portals (developed out of the on-line editions of the twelve newspapers) and Abc.es, although organisationally they belong, respectively, to Regional Multimedia and ABC.*
- *Ozú, a general-purpose portal in which Vocento has a majority stake. Founded in February 1996, Ozú has a broad range of vertical channels and interactive and community*

services, including chat rooms, free mail accounts, a search engine, and jokes.

- *Alliances and New Businesses, development of vertical businesses. To complement the local portals and Abc.es, vertical portals were developed on a central basis and are distributed as thematic channels on each of the Group's web sites. These channels include most notably:*

- *www.hoycinema.com, specialised in movies, which offers full listings of cinemas nationwide, a database of over 25,000 films with a description of the plot and actors, plus on-line sale of movie tickets.*
- *www.hoyinversion.com, which offers personal and professional finance information, notably stock market information, research and real-time quotations.*
- *www.hoymotor.com, which provides comprehensive cover of*

amplia base de datos de vehículos del mercado, comparativas de modelos y precios, así como buscador de coches de primera y segunda mano.

Además Vocento cuenta con otros canales temáticos:

- www.laguiatv.com, especializado en contenidos de televisión, con parrilla interactiva y amplia cobertura de programación de televisión.
- www.xlsemanal.com, versión online de la revista XLSeamanal.

- www.mhmujer.com especializado en el mundo de la mujer.
- www.canalmeteo.com, información meteorológica.
- www.planetfutbol.com, información sobre fútbol con seguimiento en directo de los partidos de la liga española.
- www.canalciclista.com, seguimiento en directo de los principales eventos ciclistas (Giro, Tour y Vuelta a España).

- **Sarenet**, conectividad, desarrollos y servicios de valor añadido en Internet.
- **Vocento Media Trader**, sindicación de contenidos.
- **La Trastienda Digital**, comercio electrónico y planes de fidelización.

En el año 2005, se han consolidado los negocios con mayor antigüedad de la División, con importantes crecimientos en facturación publicitaria, venta de contenidos y comercio electrónico. Una parte importante de estos ingresos se ha

reinvertido en mejorar los contenidos, las herramientas y los servicios de todas nuestras webs.

Desde el punto de vista de negocio, el 2005 ha continuado el crecimiento importante de la publicidad local en Internet (+32%). Este hecho, junto con el incremento en los ingresos por contenidos (+43%) y por comercio electrónico (+78%) ha dado como resultado un incremento muy importante en la cuenta de resultados agregada de las empresas relacionadas con Internet, obteniendo unos beneficios en el ejercicio superiores a 2,2 millones de euros.



www.abc.es



www.sarenet.com



www.ozu.com

motor vehicles, including a database of models on the market, comparisons of features and prices, and a search engine for finding new and second-hand cars.

Vocento has other thematic channels:

- www.laguiatv.com, specialises in television, providing an interactive programme listing and extensive coverage of TV programming.
- www.xlsemanal.com, online version of the XLSeamanal magazine.

- www.mhmujer.com, which specialises in women's interests.
- www.canalmeteo.com, weather.
- www.planetfutbol.com, information on soccer, with direct coverage of the Spanish league matches.
- www.canalciclista.com, live coverage of the main cycling events (Tours of Italy, France and Spain).

- **Sarenet**, internet connectivity, development and value-added services.
- **Vocento Media Trader**, content syndication.
- **La Trastienda Digital**, e-commerce and customer loyalty plans.

In 2005, the Division's veteran businesses reinforced their position with sizeable growth in revenues from advertising, content sales and e-commerce. A large part of these

revenues were ploughed back into improving content, tools and services on our web sites.

On the business front, 2005 saw continuing rapid growth (+32%) in local advertising on the internet. This fact, plus the growth in content revenues (+43%) and e-commerce (+78%), led to a major increase in the aggregate bottom line of our internet-related companies to over 2.2 million euro.

Los resultados por unidades de negocio son:

- **Portales Locales y Abc.es:** los Portales Locales han alcanzado los 4,3 millones de usuarios únicos mensuales con una media diaria de 277.258 usuarios únicos al día (+44% respecto a diciembre 2004, y más de 102 millones de páginas vistas al mes (+64% respecto a diciembre 2004). Fuente OJD dic'05.

Por su parte, **Abc.es** ha obtenido beneficios por primer año y ha alcanzado en diciembre 2005, más de 1,5 millones de usuarios únicos al mes (+46% respecto a diciembre 2004), con una media diaria de 112.212 (+32% respecto a diciembre 2004). Fuente OJD dic'05.

The results by business unit are as follows:

- **Local portals and Abc.es:** *The local portals attained 4.3 million unique visitors per month, with a daily average of 277,258 unique visitors (44% more than in 2004), and over 102 million page views per month (64% more than in 2004). Source: OJD Dec. 2005.*

Abc.es reported a profit for the first time and registered over 1.5 million unique visitors per month in 2005 (46% more than in 2004), with a daily average of 112,212 (32% more than in 2004). Source: OJD Dec. 2005.

- **Ozú:** En diciembre de 2005, OZÚ obtuvo, según datos de OJD, 2,2 millones de usuarios únicos al mes y 304 millones de páginas vistas, siendo el primer portal generalista en España, en cuanto a tráfico, que no depende de una compañía de telecomunicaciones. Durante el ejercicio 2005 se ha consolidado su modelo de negocio obteniendo beneficios.
- **Sarenet:** Vocento posee una participación accionarial mayoritaria en Sarenet (www.sarenet.es), proveedor de servicios integrales de Internet que, con una facturación de 10,2 millones de euros en el año 2005 y una cartera de clientes de más de 3.500 pymes e instituciones, posee una red de nodos de interconexión propios que

- **Ozú:** *December 2005, OZÚ obtained 2.2 million unique visitors per month and 304 million page views (OJD audited figures) and, in traffic terms, was Spain's top general-purpose portal not related to telecommunications companies. In 2005, it consolidated its business model and reported a profit.*
- **Sarenet:** *Vocento owns a majority stake in Sarenet (www.sarenet.es), a provider of comprehensive internet services that obtained 10.2 million euro in revenues in 2005 and had over 3,500 customers (small and medium enterprises and institutions); the company has its own network of internet access*

le hacen ser uno de los proveedores de Internet más sólidos, seguros y rápidos de pago de España. Posee asimismo la licencia de operador de Telefonía Tipo A y realiza otras dos actividades complementarias: su división de Proyectos está especializada en medios de comunicación y desarrolla soluciones tecnológicas y de asesoramiento para todo tipo de empresas. En 2005 Sarenet, además de aumentar su facturación, ha lanzado nuevos productos: Back-up remoto, Voz por IP y servicios de SHDSL. Todo esto ha permitido que el resultado de Sarenet sea de 1,5 millones de euros, mejorando un 19% el del año anterior.

nodes, making it one of the soundest, most secure and fastest providers of paid internet access in Spain. It has a Type A telephony licence and is also involved in complementary activities: its Projects division is specialised in media and develops technology solutions and provide advisory services to companies of all types. In 2005, in addition to increasing revenues, Sarenet launched new products: remote backup, Voice over IP, and SHDSL services. As a result, Sarenet reported 1.5 million euro in profit, a 19% increase on 2004.

- **Vocento Mediatrader:** sociedad participada al 100% por Vocento. Dicha sociedad ofrece contenidos digitalizados a portales de Internet, instituciones y empresas y otros servicios de asesoramiento editorial. Durante el ejercicio 2005 ha alcanzado una facturación de 4,5 millones de euros (+42% respecto a 2004) y ha logrado consolidar su negocio obteniendo unos beneficios directos de 0,3 millones de euros. Destaca el desarrollo de la distribución de nuestros contenidos a través de dispositivos móviles con acuerdos con todas las operadoras. En el sector de los resúmenes de prensa, ha comenzado la actividad de comercialización de resúmenes de prensa.

- **Vocento Mediatrader:** *a wholly-owned subsidiary of Vocento, which offers digital content to internet portals, institutions and companies, as well as other editorial advisory services. In 2005, Mediatrader obtained 4.5 million euro in revenues (42% more than in 2004) and 0.3 million euro in direct profit. It has developed the distribution of our content via mobile devices under agreements with all the cellular operators, and it has begun marketing a press clipping service.*

- **La Trastienda Digital:** En las actividades de comercio electrónico, Vocento posee el 100% de www.lastrastiendadigital.com, sociedad que gestiona las tiendas de comercio electrónico integradas en los portales locales y verticales

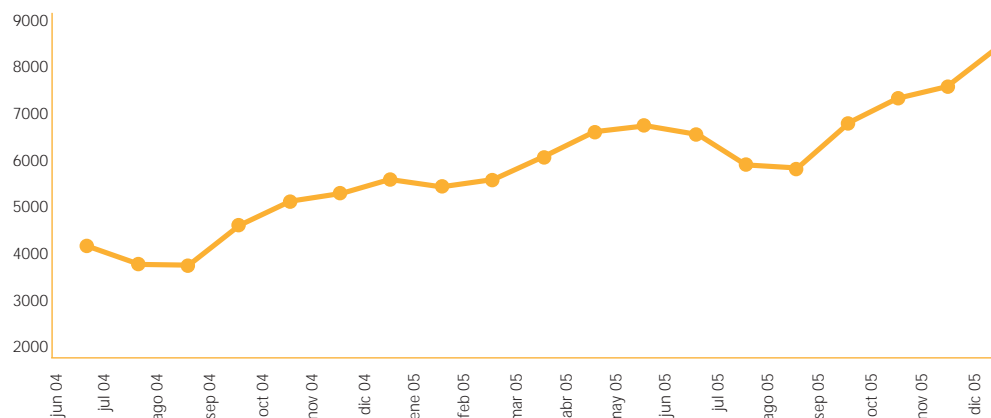
del grupo y que se complementan con la promoción en papel e Internet. En el ejercicio 2004 comenzó a diversificar sus líneas de negocio con el diseño y distribución de promociones y con la venta de productos a empresas para sus

planes de fidelización de clientes e incentivos, negocio que ha crecido de manera importante durante este ejercicio, siendo actualmente una de las principales vías de ingresos de la sociedad. Podemos indicar que este año se ha consolidado la

línea de crecimiento de la sociedad, alcanzando una facturación de 3 millones de euros (+73%) y obteniendo un resultado positivo.

EVOLUCIÓN DE LOS USUARIOS ÚNICOS DE VOCENTO ('000)

Fuente: OJD Dic 05



- **La Trastienda Digital:** Vocento owns 100% of this e-commerce company, which manages the online stores integrated into the group's local and vertical portals, complemented with print and Internet-based promotion. In 2004,

it began diversifying by designing and distributing promotional campaigns and selling products to companies for their customer loyalty and incentive campaigns; this business expanded rapidly in 2005 and is currently one of the

company's main revenue sources. The company placed its growth on a firm footing in 2005, reporting 3 million euro in revenues (+73%) and breaking even.



Los Andes y La Voz del Interior mostraron un importante incremento de sus ingresos y resultados y mantuvieron su liderazgo y posicionamiento

Internacional

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Durante el año 2005, que a nivel macroeconómico continuó en la senda del crecimiento, Los Andes y La Voz del Interior mostraron un importante incremento de sus ingresos y también de sus resultados, a pesar de una creciente tendencia inflacionaria que presionó ambas estructuras de costes. Asimismo, ambas unidades de negocio mantuvieron su liderazgo y

posicionamiento pese al nuevo mapa competitivo que quedó configurado tras la entrada de nuevos jugadores en ambas plazas a finales del año anterior.

El PIB presentó un crecimiento aproximado del 9,2%, superando los niveles del 2004 (8,8%). Argentina acumula así, desde el segundo trimestre del 2002, 16 trimestres de

crecimiento continuo, y se ubica por encima de su máximo histórico (cuarto trimestre 1998). Para el 2006, los datos del 2005 permiten prever un crecimiento del orden del 6%. La inflación durante el 2005 fue del 12,3%. La aceleración de la subida de precios obedeció a un alza de la demanda que no fue acompañada por la oferta ante la escasa inversión.

A mediados de diciembre el Gobierno decidió cancelar por anticipado, con reservas del Banco Central, la deuda con el FMI que ascendía a 9.550 millones de dólares. La balanza comercial del 2005, si bien fue positiva, mostró un crecimiento mayor de importaciones que de exportaciones sobre el año anterior.

In 2005, as the macroeconomic situation continued to improve, Argentinean newspapers Los Andes and La Voz del Interior saw a sizeable increase in revenues and profit, despite pressure from rising inflation on their cost structures. Both business units maintained their leading position despite the changes in the

playing field due to new players entering their markets at the end of 2004.

GDP growth was approximately 9.2%, higher than in 2004 (8.8%). Since the second quarter of 2002, Argentina's economy has grown for 16 consecutive quarters and has

beaten its record high (in the fourth quarter of 1998). Based on the 2005 data, it is expected to grow around 6% in 2006. Inflation was 12.3% in 2005. Prices accelerated after demand outstripped supply as a result of low investment.

In mid-December, the Argentinean government made an early repayment of its 9.55 billion dollar debt to the IMF out of Central Bank reserves. Although the trade balance was positive in 2005, it showed faster year-on-year growth by imports than exports.



www.losandes.com.ar



www.lavozdelinterior.com.ar



Aunque el PIB continúa mostrando un fuerte crecimiento, el poder adquisitivo de la población está aún por debajo del nivel del 2001. El desempleo sigue siendo alto a pesar de haber bajado este año del 13% al 10%, y un 38,5% de la población está afectada por la pobreza.

Although GDP growth remains strong, the population's purchasing power is still below the 2001 level. Unemployment remains high, although it decreased from 13% to 10% in 2005, and 38.5% of the population is affected by poverty.

Los Andes

Fundado en 1882, es el periódico regional decano de la prensa argentina y el líder de la provincia de Mendoza. Durante el 2005 continuó consolidándose operativa y económicamente. Mantuvo su liderazgo en el mercado a pesar del ingreso de un nuevo jugador en el

Los Andes

Founded in 1882, Los Andes is the oldest regional newspaper in Argentina and the leading newspaper in Mendoza province. It continued to expand operations and increase earnings in 2005. It maintained its leading position despite the entry of

último trimestre del 2004 y de otro adicional en junio de 2005. Las acciones que se llevaron a cabo en este sentido arrojaron como resultado un crecimiento en la difusión del 7%, un crecimiento de su participación en el mercado publicitario y un importante crecimiento de los ingresos de publicidad (26% sobre el año anterior) y de los resultados.

a new player at the end of 2004 and another one in June 2005. As a result of the actions implemented, circulation grew 7%, its share of the advertising market increased, and it boosted advertising revenues (+26% on 2004) and earnings.

La Voz del Interior

Es el tercer diario argentino y líder regional. Se edita para la ciudad de Córdoba, segunda del país, y su provincia. Durante el 2005 mantuvo su posicionamiento pese al incremento de la competencia con un nuevo diario que vio la luz en el último trimestre del 2004. Las

La Voz del Interior

This is the third-largest daily newspaper in Argentina and the leading newspaper in its region. It serves Córdoba city (the second-largest in Argentina) and its province. In 2005, it maintained its position despite increased competition after a



33,3%

VOCENTO

33,3%

GRUPO CLARÍN

33,3%

LA NACIÓN

acciones llevadas a cabo por La Voz durante este año permitieron mantener su participación en el mercado de ejemplares, aumentar su participación en el publicitario, y lograr, en consecuencia, un aumento de la difusión del 1% y un crecimiento del 28% de las ventas de publicidad sobre el año anterior.

new daily entered the market in the last quarter of 2004. As a result of the actions implemented at La Voz in 2005, it maintained its share of single-copy sales, increased its share of the advertising market and, consequently, increased circulation by 1% and advertising revenues by 28%.

El nuevo diario *Día a Día*, lanzado por esta unidad de negocio en mayo de 2004 (con formato tabloide y dirigido a un público de menor poder adquisitivo), logró en menos de un año una participación en el mercado de ejemplares del 15%, consolidándose en este tiempo como el segundo diario de la provincia después de La Voz del Interior.

*In less than a year, the new daily newspaper *Día a Día*, launched by this business unit in May 2004 (a tabloid for people with lower purchasing power), obtained a 15% share of single-copy sales and has become the province's second-largest newspaper, behind La Voz del*

Asimismo, a mediados del 2005, consiguió llegar al punto de equilibrio económico.

La revista del domingo editada por Cimeco, *Rumbos* –sociedad constituida en 1996 por Vocento y los grupos Clarín y La Nación–, también ha presentado un importante crecimiento: se situó en el

Interior. It also broke even in mid-2005.

Rumbos, the Sunday magazine published by Cimeco, also grew substantially: it had the largest circulation among the Sunday magazines outside Buenos Aires and

2005 como la primera revista dominical en difusión del interior del país y la segunda a nivel nacional. Su distribución se realiza a través de 16 diarios regionales.

the second-largest circulation nationwide. It is distributed with 16 regional newspapers.



Participadas

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Vocento, a través de la división de Participadas, integra actividades que resultan complementarias con sus negocios actuales, así como con su expansión y desarrollo. Está presente en toda la cadena de valor del sector de la comunicación, desde la distribución, la impresión, la prensa gratuita, la esponsorización, el patrocinio y los eventos, así como los servicios telefónicos de valor añadido.

Through its Investees division, Vocento integrates activities that supplement its core businesses or are related to growth and development. It operates throughout the communications value chain, including distribution, printing, free press, sponsorship, patronage and event organisation, as well as value-added telephone services.

DISTRIBUCIÓN

Dentro del ámbito de la distribución, la referencia fundamental es la prensa escrita, junto con sus promociones –ya sea por entrega en el punto de venta o en los domicilios– así como con los productos comerciales de venta por "impulso", para quioscos y librerías, y los servicios mediante datáfonos (recarga de móviles, tarjetas de transporte, etc.)

DISTRIBUTION

Distribution focuses principally on print media and special publications (delivering to points of sale or homes) and impulse purchase items for newsstands and bookshops, plus dataphone services (mobile top-up, transport season tickets, etc.).

Vocento está presente en toda la cadena de valor del sector de la comunicación, desde la distribución, la impresión, la prensa gratuita, la esponsorización, el patrocinio y los eventos.

Distribuciones Comecosa S.L.U. es la empresa matriz, que agrupa las participaciones en diferentes distribuidoras regionales, donde Beralán (www.beralan.com), con un 50.5%, es la participación más significativa.

Beralán, con sus participadas Sector MD (especializada en reparto de prensa a domicilio, reparto en calle de prensa gratuita y reparto de

Distribuciones Comecosa, S.L.U. is the parent company of a number of regional distribution companies, where the largest stake is a 50.5% interest in Beralán (www.beralan.com).

Beralán, with its investees Sector MD (home delivery of press, street distribution of free press, and

publicidad y propaganda), y Banatu, opera en el área geográfica del País Vasco y provincias limítrofes (Navarra, La Rioja, Burgos y Cantabria).

Distirutas, donde Distribuciones Comecosa tiene un 40%, actúa en Madrid, siendo la distribuidora de ABC y otros productos editoriales.

distribution of advertising and propaganda) and Banatu, operates in the Basque Country and neighbouring provinces (Navarra, La Rioja, Burgos and Cantabria).

Distirutas, which is 40% owned by Distribuciones Comecosa, operates in Madrid and is the distributor of ABC and other print media.

El resto de áreas de la geografía española son atendidas por diversas distribuidoras regionales, donde la participación de Distribuciones Comecosa va reduciéndose desde el 24,7% de Cirpress (www.cirpress.com) al 6% de Dasa.

IMPRESIÓN

En el año 2005 se ha producido la integración de las plantas de impresión de El Correo y El Diario Vasco, creando al efecto la sociedad matriz Comeco Impresión, S.L.U.

Comeco Impresión tiene el 100% de **Bilbao Editorial Producciones, S.L.**, imprenta ubicada en Zamudio (Vizcaya) que dispone de cinco rotativas. Da servicio a los editores de prensa locales y nacionales, además de a los nuevos editores de prensa gratuita que han comenzado a distribuir en el ámbito del País Vasco, así atiende todo tipo de trabajos comerciales de grandes tiradas y/o paginaciones.

Sociedad Vascongada de Producciones, S.L.U., participada por Comeco Impresión en el 100%, está

ubicada en San Sebastián. Dispone de dos rotativas que, unidas a la imprenta ubicada en Zamudio, permite dar servicio a todo el mercado de su ámbito geográfico y atender nuevos mercados como el francés.

LocalPrint S.L. es una sociedad de nueva constitución nacida con el objetivo de construir una imprenta en Elche (Alicante). Contará con dos rotativas que darán servicio al mercado de la costa levantina, desde Alicante a Almería, y está previsto que entre en funcionamiento en

enero de 2007. LocalPrint está participada por Comeco Impresión en un 50%. Cuenta como socio con Editorial Prensa Ibérica, que posee el otro 50%.

PRENSA GRATUITA

La sociedad Gratuitos de Corporación de Medios S.L. edita el periódico gratuito "QUÉ FÁCIL comprar-vender" en las provincias de Vizcaya, Álava, León, Valladolid y Palencia.

sector



Distribuciones Comecosa has interests in several regional distributors serving other Spanish regions, ranging from 6% of Dasa to 24.7% of Cirpress (www.cirpress.com).

PRINTING

In 2005, the El Correo and El Diario Vasco printing plants were integrated into a holding company, Comeco Impresión, S.L.U.

Comeco Impresión owns 100% of Bilbao Editorial Producciones, S.L., which is located in Zamudio (Vizcaya) and has five rotary presses. Handling large print runs and page sizes, it serves local and nationwide press and the new free press that has commenced distribution in the Basque Country.

Sociedad Vascongada de Producciones, S.L.U., owned 100% by Comeco Impresión, is located in San Sebastián. It has two rotary presses which, combined with the printing plant in Zamudio, enables it to serve all its geographical area and new markets such as France.

LocalPrint, S.L. is a new company that was created in order to build a printing plant in Elche (Alicante). It will have two rotary presses that will serve the East Coast, from Alicante to Almería, and is expected to become operational in January 2007.

LocalPrint is owned 50% by Comeco Impresión and 50% by Editorial Prensa Ibérica.

FREE PRESS

Gratuitos de Corporación de Medios, S.L. publishes the free newspaper "QUÉ FÁCIL comprar-vender" in the provinces of Vizcaya, Álava, León, Valladolid and Palencia.

Se trata de una publicación semanal de distribución por buzoneo que ofrece a sus clientes (anunciantes) el mejor público objetivo para sus ventas. Complementa su oferta con una página web (www.que-facil.com), donde los clientes pueden insertar su publicidad, consultar el periódico o efectuar búsquedas de los productos demandados.



It is a weekly publication distributed to homes that offers its customers (advertisers) the best target public. It complements its offering with a web site (www.que-facil.com) where customers can insert advertising, consult the newspaper and search for products.

SERVICIOS TELEFÓNICOS DE VALOR AÑADIDO

Cotlan 900, S.L. es una compañía participada mayoritariamente por Vocento, dedicada a la prestación de servicios telefónicos de valor añadido.

Ofrece servicios integrales de soluciones telemáticas a través de su plataforma de *Contact Center*, líneas de tarificación adicional y plataforma de mensajería móvil (SMS), estando especializada en medios de comunicación (www.cotlan900.com).



VALUE-ADDED TELEPHONE SERVICES

Cotlan 900, S.L. is majority owned by Vocento and provides value-added telephone services.

It provides comprehensive telematic solutions via its call centre, premium services and SMS, and specialises in the media (www.cotlan900.com).

ESPORNSORIZACIÓN, EVENTOS Y PATROCINIOS

Steinberg es una alternativa a las agencias tradicionales de servicios de Marketing y Publicidad. Está especializada en eventos y acciones *below the line*, y atiende las demandas actuales de mercado desarrollando productos y servicios "llave en mano".



SPONSORSHIP, EVENTS AND PATRONAGE

Steinberg is an alternative to the traditional marketing and advertising agencies. It specialises in below-the-line events and actions, and meets current market needs with turnkey products and services.

La entrada de Vocento en el accionariado de Steinberg conlleva, como principal objetivo, situar a la compañía en una posición de liderazgo en el mercado. (www.steinbergysociados.com)



The main objective of Vocento's acquisition of a stake in Steinberg is to make it the leading company in the market. (www.steinbergysociados.com)

Dirección General Comercial

El liderazgo de las empresas que conforman Vocento es, sin lugar a dudas, el mejor reclamo publicitario que puede encontrar un anunciante en España. Este potencial unido a la altísima calidad de nuestros medios es el caudal que la recientemente creada Dirección General Comercial dispone para lograr un crecimiento sostenido de la comercialización de los espacios publicitarios. Objetivo

The leading position of Vocento's constituent companies offers the best advertising platform in Spain. The reach and very high quality of our media will provide the foundation on which the newly-created Commercial Department will be able to attain sustained growth in advertising sales. This goal will be enhanced and

para el que se potenciarán e impulsarán las relaciones institucionales comerciales y el marketing corporativo.

Vocento propone, ante el reto de crecer en un mercado complejo, incrementar la relación con los anunciantes, sensibilizar en la percepción multimedia de nuestros soportes, de su efectividad y

promoted via commercial institutional relations and corporate marketing.

Faced with the challenges of growing in a complex market, Vocento proposes to forge closer links with advertisers and raise awareness of our multimedia reach and its effectiveness and leadership, to show

El liderazgo de las empresas que conforman Vocento es, sin lugar a dudas, el mejor reclamo publicitario que puede encontrar un anunciante en España.

liderazgo, mostrar Vocento como lo que es: un grupo multimedia y multisoporte con capacidad de innovación y cercanía a sus públicos. Para conseguirlo hay que apostar por una mentalidad más creativa, que pasa por la necesidad de reinventarnos, de conseguir optimizar unos equipos con altas dosis de especialización y dotarlos de los recursos necesarios.

Vocento as an innovative multimedia, multiformat group with a strong relationship with its public. To achieve this, we must be more creative, i.e. reinvent ourselves, optimise our highly specialised teams and equip them with the necessary resources.

Durante 2005 ya se pusieron las bases de una nueva estrategia que tendrá, a lo largo de 2006, un crecimiento exponencial.

In 2005, the foundations were laid for this new strategy, which will achieve exponential growth in 2006.

CM XXI Corporación de Medios, S.A.



En el ejercicio cerrado de 2005 CMXXI, Corporación de Medios, S.A. ha experimentado un desarrollo extraordinario tanto en términos de negocio como en aspectos cualitativos, continuando con el objetivo, marcado desde el inicio de su actividad en 1998, de liderar y potenciar la labor comercial de Vocento, S.A., así como su apoyo en labores de investigación y marketing publicitario.

Incluyendo las cifras directamente facturadas por CMXXI, los ingresos publicitarios gestionados ascendieron a 221 millones euros, un 12,5% más

que el año precedente. Este importante aumento en nuestras cifras gestionadas se debe a la integración del equipo comercial de Punto TV que se hizo efectiva a primeros de año.

Otro de nuestros hitos más importantes del año 2005 ha sido la incorporación a CMXXI del equipo comercial local de ABC (antes Globalia) y de Onda6 dando, de esta forma, los primeros pasos hacia la creación de un equipo multimedia local capaz de gestionar la publicidad local de Madrid en medios gráficos y audiovisuales. Como continuación a

este proyecto, en enero 2006 se incorpora el equipo local de Punto Radio Madrid. A su vez, el año 2005 ha sido el de consolidación de nuestra área de publicidad internacional, consiguiendo un aumento respecto al año 2004 del 67%.

CMXXI continua así su proceso de consolidación como empresa de gestión comercial de medios gráficos y audiovisuales, con la más amplia oferta publicitaria nacional y regional integrada por los diarios de Vocento y otros grupos regionales. En conjunto, un total de 16 cabeceras regionales

líderes y un diario nacional, con una difusión total de 815.000 ejemplares⁽¹⁾ y una audiencia de 3,5 millones de lectores⁽²⁾. Dicha oferta integra también a Punto Radio y Punto TV. Así mismo, lidera la oferta en suplementos con sus soportes XL Semanal, Mujer Hoy y XL Semanal TV, sin olvidar los 24 sites, un portal generalista y los nuevos verticales que componen su oferta en Internet.

(1) Fuente: OJD En.-Dic. 04, excepto La Voz de Cadiz
(2) Fuente: EGM 3er año móvil 2005

In 2005, CMXXI, Corporación de Medios, S.A. improved business and qualitative factors extraordinarily, continuing with the objective, set at inception in 1998, of leading and boosting Vocento, S.A.'s marketing and supporting market research and advertising.

Including the figures directly billed by CMXXI, managed advertising revenues totalled 221 million euro (12.5% more than in 2004).

This sizeable increase is due to the integration of Punto TV's marketing team at the start of the year.

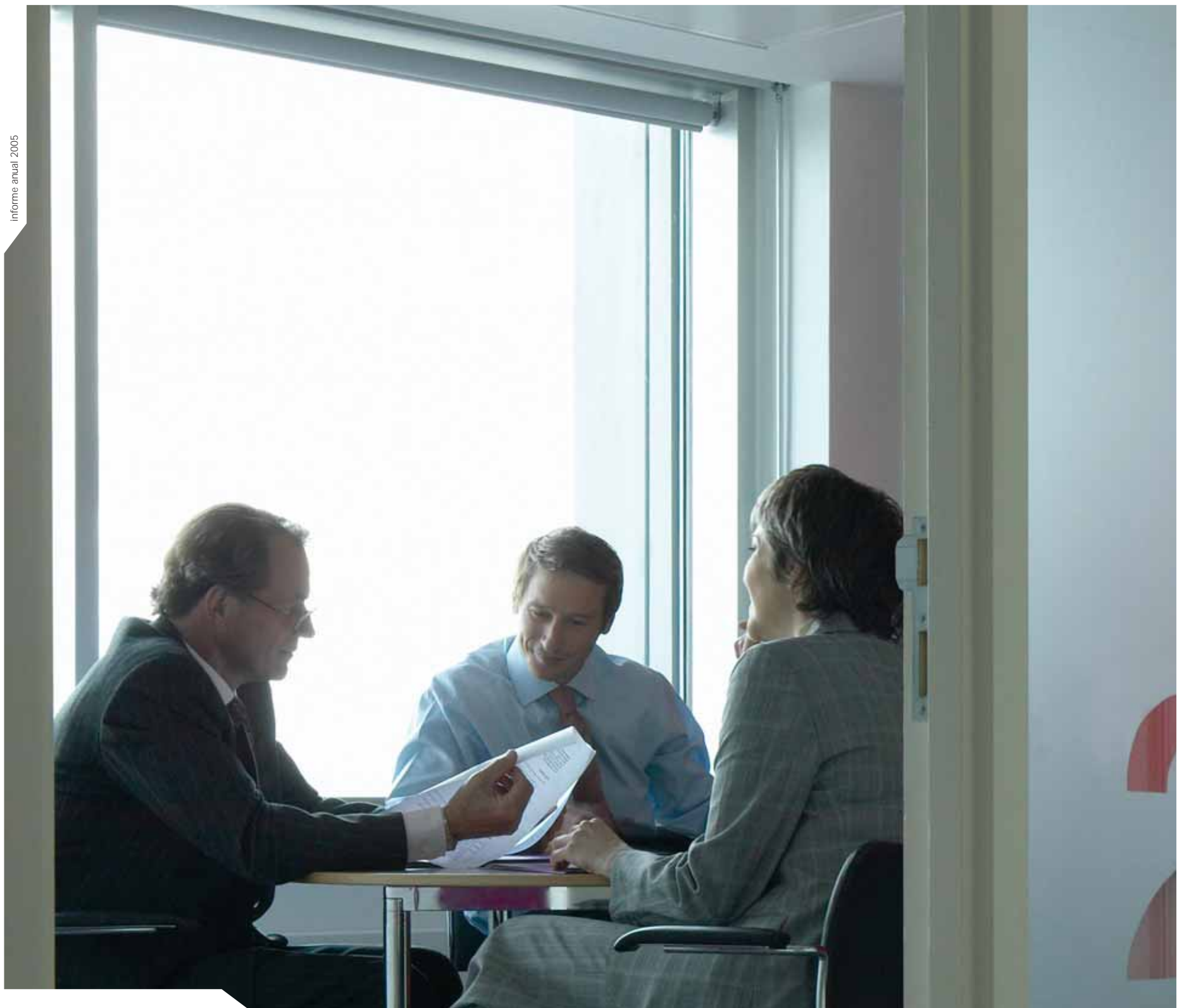
Another milestone in 2005 was the incorporation of the local marketing team of ABC (formerly Globalia) and Onda6 into CMXXI, the first step towards creating a local multimedia team to manage local advertising in Madrid in both print and audiovisual media. As a continuation of this project, Punto Radio Madrid's local

team was integrated in January 2006. In 2005, international advertising was reinforced, rising 67% on 2004.

CMXXI thus continues to consolidate as a seller of print and audiovisual advertising space, with the broadest range of nationwide and regional media comprising Vocento's newspapers and other regional groups. It has a total of 16 leading regional mastheads and one national newspaper, with a circulation of

815,000 copies⁽¹⁾ and a readership of 3.5 million⁽²⁾. That offering includes Punto Radio and Punto TV. It also leads the offering of supplements, with XL Semanal, Mujer Hoy and XL Semanal TV, plus 24 web sites, a general-purpose portal and the new vertical portals.

(1) Source: OJD, Jan.-Dec. 04, except La Voz de Cadiz
(2) Source: EGM 3rd wave 2005

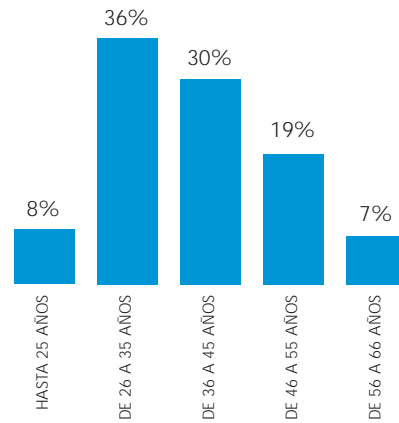


La orientación a las personas es el elemento clave en Vocento para la consecución de su estrategia de crecimiento y expansión

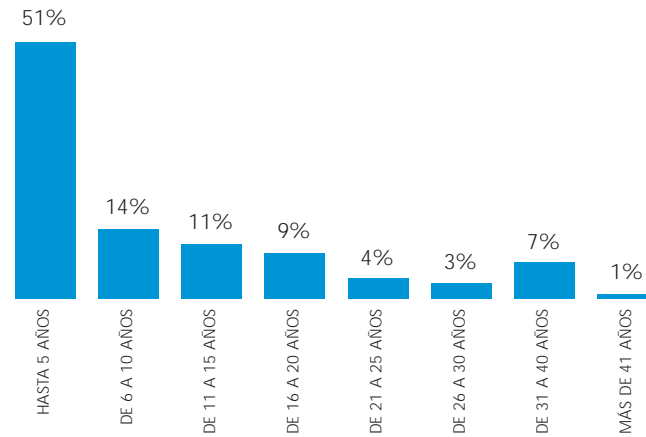
RECURSOS
HUMANOS

25

Plantilla por edad
Workforce by age



Plantilla por antigüedad
Length of service



RECURSOS HUMANOS

El 2005 se ha caracterizado para Vocento por la orientación a las personas que componen su organización, desde el convencimiento de que constituyen el elemento clave para la consecución de su estrategia de crecimiento y expansión, y la mejora de los resultados.

Desde esta perspectiva, se potencian competencias como la iniciativa, la creatividad y la innovación, como resultado de su vocación vanguardista en el sector. Asimismo se valora como esencial, particularmente en el ámbito directivo, la capacidad de orientación al cliente, en una visión

estratégica que no se limita a la puesta en el mercado de productos de calidad.

La juventud y preparación de las personas que componen Vocento es su característica más destacable: el 74 % de la plantilla es menor de 45

años, siendo mayoritaria la presencia de personal titulado, que se sitúa por encima del 40%.

HUMAN RESOURCES

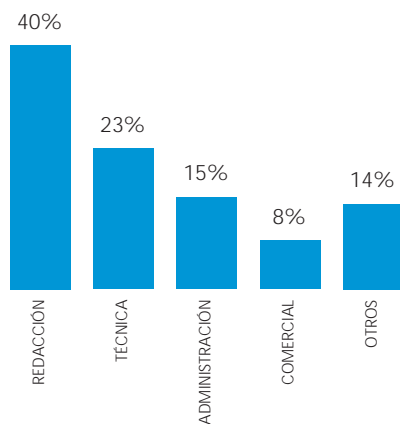
In 2005, Vocento focused on the people in its organisation, convinced that they are the key factor for implementing its growth and expansion strategy and for improving earnings.

From that standpoint, the group fosters initiatives, creativity and innovation out of its desire to act as a forerunner in the sector. Especially in management, customer orientation is valued as an essential factor in a

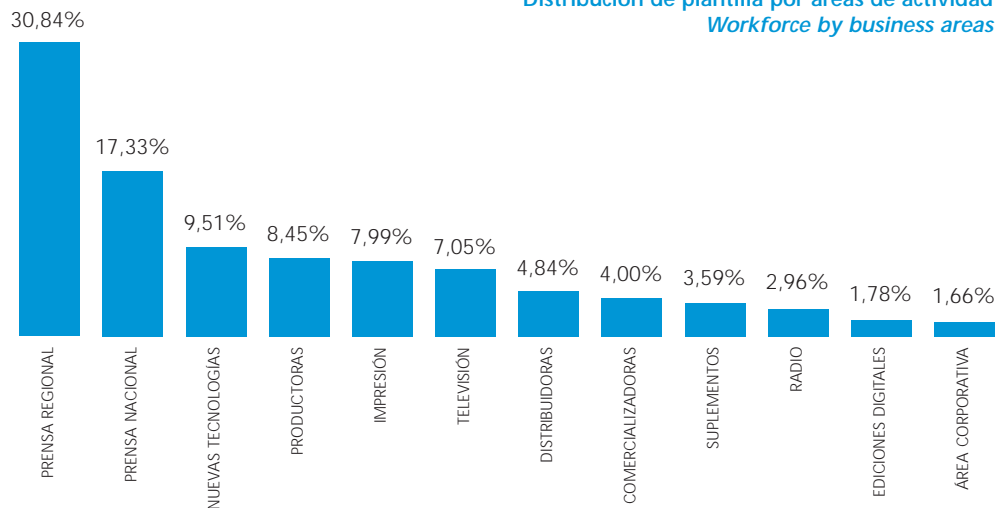
strategic vision that is not limited to putting quality products in the marketplace.

Youth and training are two major characteristics of Vocento's employees: 74% of the workforce are aged under 45, and over 40% are graduates.

Distribución de plantilla por áreas funcionales
Workforce by function

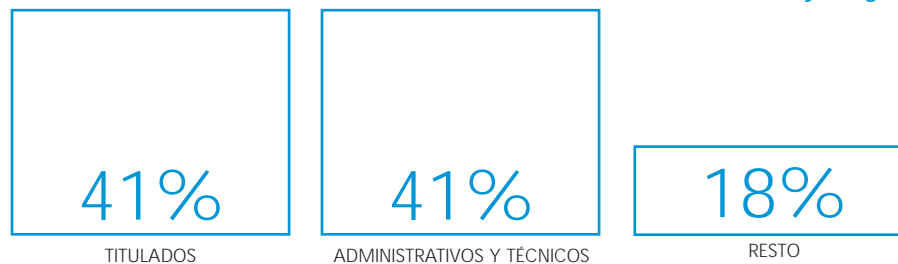


Distribución de plantilla por áreas de actividad
Workforce by business areas



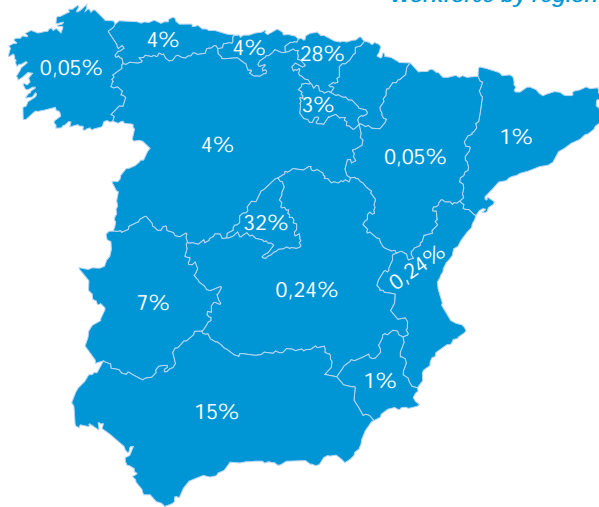
Se aprecia, asimismo, un incremento de la presencia del personal de áreas de negocio en crecimiento, como Nuevas Tecnologías y Ediciones Digitales y, por consiguiente, en el Área Técnica, si bien sigue siendo mayoritario el colectivo de Redacción.

Distribución por grupos profesionales
Breakdown by category



The workforce increased in expanding business areas such as New Technologies and Digital Publications and, consequently, in the Technical Area, although Editorial staff are still the majority.

Empleados por áreas geográficas
Workforce by region (Spain)



Actividades formativas
Training actions



En cuanto a la distribución de la plantilla por zonas geográficas, Vocento está presente en la mayoría de las Comunidades Autónomas, fruto de su consolidación como el más importante Grupo de prensa a nivel nacional. Asimismo, cuenta con corresponsales en las principales capitales de Europa, Norte de África, Oriente Medio, Estados Unidos, América Central y América del Sur.

Vocento is present in most of the Spanish regions since it is the leading nationwide press group. It also has correspondents in the main cities of Europe, North Africa, Middle East, United States, Central America and South America.

FORMACIÓN

La formación continua del capital humano de Vocento es una herramienta esencial para potenciar el talento en la organización, promover el desarrollo personal y profesional de las personas que la componen, incrementar la motivación y, en definitiva, asegurar el crecimiento futuro del grupo.

TRAINING

Ongoing training is an essential tool for boosting talent, fostering employees' personal and professional development, increasing motivation and, above all, ensuring the group's future growth.

Durante el año 2005 la formación se ha centrado principalmente en el ámbito de las Nuevas Tecnologías, constituyendo más del 50 % de las acciones formativas impartidas. Cabe destacar el incremento de la formación en Prevención de Riesgos Laborales, en consonancia con la creciente sensibilidad hacia este aspecto de la realidad laboral.

In 2005, over 50% of training focused on new technologies. Occupational safety training increased, in line with the growing sensitivity to this area.

ESCUELA DE PRÁCTICAS, MASTER ABC Y MASTER EL CORREO

Vocento contribuye, desde su posición de líder en el sector de la prensa, a la formación de los profesionales del futuro, mediante la firma de convenios de prácticas con los más prestigiosos centros universitarios de España. A través de esta fórmula se otorga a los jóvenes

PLACEMENTS, ABC MASTER'S DEGREE AND EL CORREO MASTER'S DEGREE

As Spain's leading press group, Vocento has signed placement agreements with the main Spanish universities to provide training to

la oportunidad de familiarizarse con el entorno laboral, adquirir experiencia y potenciar las habilidades adquiridas en el ámbito académico.

Asimismo Vocento imparte los Master de Periodismo de ABC y El Correo, en el que los alumnos pueden acceder a conocimientos técnicos y a la vez mantener contacto con el mundo periodístico en un ambiente laboral real, con el apoyo de tutores y profesorado del más alto nivel dentro del sector de la comunicación.

La formación que se imparte en ambos programas está orientada a los distintos medios y soportes, como manifestación del valor que Vocento otorga a la innovación, y contribuyendo al desarrollo integral de los futuros profesionales de la comunicación.

future professionals. Placements enable young people to become familiar with the work environment, acquire experience and improve upon the skills acquired at university.

Vocento also teaches the ABC and El Correo Master's Degrees in Journalism, where students acquire technical knowledge and become familiar with a real work environment, assisted by top-level journalism tutors and teachers. Training in both programmes is oriented towards the various media, as an expression of the importance that Vocento attaches to innovation, contributing to the rounded development of future journalists.

El Master de Periodismo ABC-Universidad Complutense de Madrid arrancó el curso 2005-2006 con la 17ª promoción. Los alumnos compaginan la formación académica con la realización de prácticas en el aula del Master, dirigidas por Subdirectores y Redactores de ABC, así como por periodistas del grupo Vocento. El alumno culmina su proceso docente con prácticas plenas en la Redacción de ABC, adecuando el sistema de trabajo al desarrollado por los grandes diarios impresos que son referencia en los periódicos de calidad.

En la actualidad todos los alumnos del curso 2004/05 desarrollan su actividad profesional como periodistas. El 53% trabajan en ABC o medios del grupo Vocento.

The 17th year of the ABC-Madrid Complutense University Master's Degree in Journalism began in the 2005-06 academic year. The students combine academic training with placements in the Master's press room, guided by ABC subeditors and editors and Vocento journalists. Students complete their training with full-time placements at ABC's editorial office, learning the workings of a large, quality daily newspaper.

All the students from the class of 2004-05 are currently working as journalists: 53% work at ABC or other Vocento group media.

Con la promoción 2004/05, son ya 303 los postgraduados en Magister Universitario en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, de los que el 16,50% proceden de países de Latinoamérica, y el 87,46% pertenecen al mundo del Periodismo.

El Master de Periodismo de El Correo y la Universidad del País Vasco se fundó en 1988. En octubre de 2005 se inició su edición número 18. Durante estos años, el Master ha sido, junto con el de ABC, la referencia del grupo en materia de formación de nuevos profesionales.

A lo largo de estas casi dos décadas, más de 550 alumnos han pasado por sus aulas. Cabe destacar la variada procedencia de estos alumnos, tanto en sus orígenes geográficos como en

Including the class of 2004-05, 303 students have obtained the Master's Degree in Journalism at Madrid Complutense University (16.50% are from Latin America and 87.46% are journalists).

The El Correo-Basque Country University Master's Degree in Journalism was created in 1988 and commenced its 18th year in October 2005. The El Correo and ABC Master's Degrees have become the benchmark for training the Group's new professionals.

Over 550 students have taken these degrees in the last two decades. The students have varied backgrounds, in

su titulación. Varios de estos alumnos han obtenido en su faceta profesional destacados premios periodísticos tales como el Premio Ortega y Gasset (2005) y el Manuel Alcántara (2005), Premio Boehringer Ingelheim al Periodismo en Medicina (1999), Premio de Periodismo Científico del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (1996) y el Premio INSERSO de Periodismo (1996).

En definitiva, en el año 2005 Vocento ha continuado la evolución hacia una política más orientada a la gestión y potenciación de sus recursos humanos como medio imprescindible para continuar su trayectoria de éxito y progreso.

terms of origin and primary degrees. Some of those students have obtained prestigious journalism prizes such as the Ortega and Gasset Award (2005), the Manuel Alcántara Award (2005), the Boehringer Ingelheim Journalism Award in Medicine (1999), the Consejo Superior de Investigaciones Científicas Award for Science Journalism (1996) and the INSERSO Journalism Award (1996).

To conclude, in 2005 Vocento continued its policy of focusing more on managing and fostering human resources as a vital factor to continue its success and progress.



Vocento, el compromiso
con los valores y derechos
fundamentales, el respeto
a las libertades y el apoyo
a las ideas y la cultura

FUNDACIÓN
VOCENTO



FUNDACIÓN VOCENTO

La Fundación Vocento engloba trece Aulas de Cultura, el Máster de Periodismo de El Correo (organizado conjuntamente con la Universidad del País Vasco), el Premio de Periodismo El Correo Español-El Pueblo Vasco, el Premio Vocento a los Valores Humanos y la edición de la revista de pensamiento El Noticiero de las Ideas. Participa también en los Cursos de Verano de la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo (UIMP) y de la Universidad de Cádiz, y patrocina íntegramente los Cursos de Verano de la Universidad de Cantabria en Laredo. El presidente de la Fundación es Enrique de Ybarra y su director el historiador Fernando García de Cortázar.

Las **Aulas de Cultura** acogen a protagonistas de la cultura nacional e internacional y dan cabida a cuestiones socioculturales de relevancia de las ciudades donde se ubican los diarios del Grupo. El significado de estas aulas no sólo se traduce en la asistencia de público, sino también en el prestigio de sus conferenciantes y en el eco de las intervenciones en los diarios de Vocento y en otros medios. Cada foro posee su propio director, y con frecuencia posee delegaciones en otras ciudades de la Comunidad Autónoma al cargo de otros subdirectores de Aulas.

El **Máster de Periodismo de El Correo y la UPV** surge en 1988 y es el segundo de este tipo en España. Está dirigido a titulados universitarios de cualquier Facultad o Escuela Técnica Superior. Se trata de un curso intensivo de técnicas periodísticas de un año de duración. Durante los meses de verano los alumnos realizan prácticas remuneradas en un medio de comunicación. En el Máster se encuentran integrados distintos periódicos del Grupo, que conceden ayudas-vivienda para los estudiantes seleccionados en su región.

Con el Premio de Periodismo **El Correo Español-El Pueblo Vasco**, la Fundación destaca el trabajo periodístico que trate de difundir los valores culturales, cívicos, éticos y democráticos del País Vasco. Dotado con 15.000 euros, en el año 2005 recayó en el escritor Álvaro Pombo con su artículo "Viaje irreal a Bilbao". En ediciones anteriores –ya se han celebrado diecinueve– se reconoció a personajes como José Carlos Mainer, Santiago González, Ferrán Gallego, Francisco Nieva, Eugenio Trias o Juan Pablo Fusi entre otros.

FOUNDATION

Fundación Vocento encompasses thirteen series of lectures, the El Correo Master's Degree in Journalism (organised with the Basque Country University), the El Correo Español-El Pueblo Vasco Award for Journalism, the Vocento Award for Human Values, and philosophy journal El Noticiero de las Ideas. It is also involved in the summer courses at Menéndez y Pelayo International University (UIMP) and Cádiz University, and fully sponsors Cantabria University summer courses in Laredo. The Foundation's president is Enrique de Ybarra and its director is historian Fernando García de Cortázar.

In the lecture series, Spanish and international personalities make presentations on major social and cultural issues of relevance to the cities where the Group's newspapers are located. Those lecture series are important not only because of their popularity but also because of the prestige of the lecturers and the impact of their presentations in Vocento's newspapers and other media. Each lecture series has its own director and usually has delegations in other cities in the region, where deputy directors coordinate.

The El Correo-UPV Master's Degree in Journalism was created in 1988 and was the second of its kind in Spain. Any university graduate can take the degree, which is a one-year intensive journalism course. Students carry out paid work placements in a media company during the summer. The Group's various newspapers are involved in the Master's Degree and provide accommodation grants for students selected in their region.

With the El Correo Español-El Pueblo Vasco Award for Journalism, the Foundation highlights journalism that disseminates the cultural, civic, ethical and democratic values of the Basque Country. In 2005, the 15,000 euro prize was won by writer Álvaro Pombo for his article "Viaje irreal a Bilbao". Previous winners (nineteen so far) include José Carlos Mainer, Santiago González, Ferrán Gallego, Francisco Nieva, Eugenio Trias and Juan Pablo Fusi.

Por otra parte, con el Premio Vocento a los Valores Humanos se quiere subrayar el compromiso de los medios de comunicación de este grupo con los valores y derechos fundamentales, con el respeto a las libertades y el apoyo a las ideas y la cultura. El Consejo de Administración de Vocento decidió otorgar su Premio a los Valores Humanos 2004 a la Real Academia Española. Con este galardón se quiso reconocer los valores de la lengua española en un momento de especial simbolismo como el cuarto centenario de 'El Quijote', así como el papel clave de la

institución en el fortalecimiento de la lengua y de la comunidad de hispanohablante.



La Fundación edita también la prestigiosa revista de pensamiento **El Noticiero de las Ideas**, dirigida por Fernando García de Cortázar y en la que colaboran grandes figuras del pensamiento actual. Asimismo, organiza diferentes conciertos y exposiciones de arte.



Vocento's Award for Human Values highlights the group's commitment to fundamental values and rights, respect for freedom, and support for ideas and culture. In 2004, Vocento's Board of Directors granted the Award



for Human Values to the Spanish Royal Academy in recognition of the values of the Spanish language at such a symbolic time as the 4th centenary of the publication of "Don Quixote" and of the Royal Academy's



key role in strengthening the Spanish language and the Spanish-speaking community.

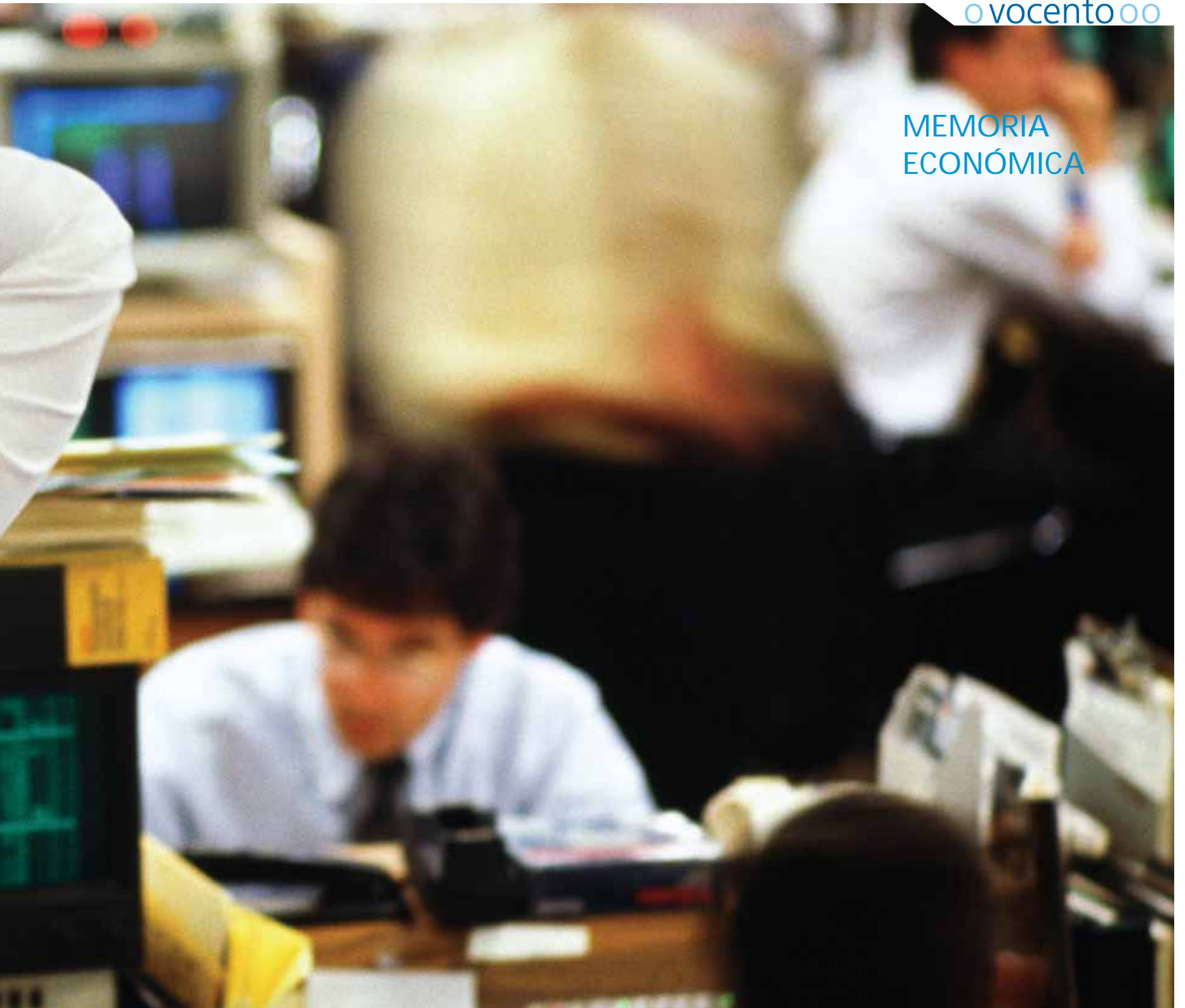
The Foundation also publishes a prestigious philosophy journal, El



Noticiero de las Ideas, edited by Fernando García de Cortázar, which publishes articles by major contemporary philosophers. It also organises concerts and art exhibitions.



MEMORIA
ECONÓMICA



Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de Auditoría Independiente

Cuentas Anuales del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2005 e Informe de Gestión

ÍNDICE

Balances de Situación Consolidados al 31 de diciembre de 2005 y 2004	100
Cuentas de Pérdidas y Ganancias Consolidadas correspondientes a los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004	101
Estados de Flujos de Efectivo correspondientes a los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004	102
Estados de cambios en el patrimonio neto consolidado en los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004	103
Notas Explicativas a los Estados Financieros Consolidados correspondientes a los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004	104
1. Actividad de las Sociedades	104
2. Bases de presentación de las cuentas anuales consolidadas y principios de consolidación	104
3. Transición a las normas internacionales de información financiera, NIIF	111
4. Legislación aplicable	117
5. Normas de valoración	118
6. Uso de estimaciones	126
7. Políticas de gestión del riesgo	126
8. Fondo de comercio	128
9. Otros activos intangibles	129
10. Propiedad, planta y equipo	130
11. Participaciones valoradas por el método de participación	132
12. Activos financieros	133
13. Existencias	134
14. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	135
15. Efectivo y otros medios equivalentes	135
16. Patrimonio	136
17. Provisiones	138
18. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	139
19. Deuda financiera	140
20. Ingresos diferidos	141
21. Otras cuentas a pagar no corrientes	141
22. Impuestos diferidos y gastos por Impuestos sobre Sociedades	142
23. Administraciones Públicas	144
24. Información de segmentos de negocio	145
25. Importe neto de la cifra de negocios	148
26. Aprovisionamientos	148
27. Gastos de personal	148
28. Servicios exteriores	149
29. Ingresos financieros	149
30. Gastos financieros	150
31. Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	150
32. Beneficio por acción	150
33. Saldos y operaciones con otras partes relacionadas	151
34. Retribución al Consejo de Administración	153
35. Retribución a la Alta Dirección	153
36. Otra información referente al Consejo de Administración	153
37. Garantías comprometidas con terceros	156
38. Honorarios de auditoría	157
39. Hechos posteriores al 31 de diciembre de 2005	157
40. Formulación de cuentas anuales	157

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Balances de situación consolidados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 (*) (Notas 1, 2, 3 y 5)

ACTIVO	Nota	Miles de Euros		PATRIMONIO Y PASIVO	Nota	Miles de Euros	
		2005	2004			2005	2004
ACTIVOS NO CORRIENTES:				PATRIMONIO:	16		
Activo Intangible		70.735	48.844	De la Sociedad Dominante		545.990	483.964
Fondo de comercio	8	55.717	42.064	Capital suscrito		24.994	24.994
Otros activos intangibles	9	15.018	6.780	Reservas		426.124	343.104
Propiedad, planta y equipo	10	197.348	208.104	Acciones propias en cartera		(9)	(9)
Propiedad, planta y equipo en explotación		196.055	207.506	Diferencias de conversión		-	-
Propiedad, planta y equipo en curso		1.293	598	Resultado neto del período		102.881	140.875
Participaciones valoradas por el método de participación	11	138.045	127.526	Dividendo a cuenta		(8.000)	(25.000)
Activos financieros		8.398	8.576	De accionistas minoritarios		61.534	58.991
Cartera de valores no corrientes	12.a	6.339	7.723			607.524	542.955
Otras inversiones financieras no corrientes	12.b	2.059	853				
Otras cuentas a cobrar no corrientes		240	189	PASIVOS NO CORRIENTES:			
Impuestos diferidos activos	22	56.937	66.079	Ingresos diferidos	20	3.273	3.971
		471.703	459.318	Provisiones	17	30.297	34.675
				Deuda financiera	19	51.973	22.420
				Otras cuentas a pagar no corrientes	21	51.858	55.262
				Impuestos diferidos pasivos	22	17.192	18.480
						154.593	134.808
ACTIVOS CORRIENTES:				PASIVOS CORRIENTES:			
Existencias	13	24.025	17.717	Deuda financiera	19	7.807	4.644
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	14 y 33	154.857	129.181	Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	18 y 33	165.211	148.364
Administraciones Públicas	23	18.573	10.051	Administraciones Públicas	23	21.522	19.906
Efectivo y otros medios equivalentes	15	287.499	234.410			194.540	172.914
		484.954	391.359				
TOTAL ACTIVO		956.657	850.677	TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO		956.657	850.677

(*) El Balance de Situación Consolidado correspondiente al ejercicio 2004 se presenta, única y exclusivamente, a efectos informativos.

Las Notas 1 a 40 descritas en la memoria consolidada adjunta y el Anexo forman parte integrante del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2005.

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas correspondientes a los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004 (*)
(Notas 1, 2, 3 y 5)

	Nota	2005	2004
Miles de Euros			
Importe neto de la cifra de negocios	25	791.869	716.982
Trabajos realizados por la empresa para el activo intangible		572	197
Otros ingresos		2.013	1.261
		794.454	718.440
Aprovisionamientos	26	(161.810)	(152.527)
Variación de provisiones de tráfico y otras		3.611	(7.944)
Gastos de personal	27	(216.655)	(193.964)
Servicios exteriores	28	(310.409)	(255.239)
		(527.064)	(449.203)
Amortizaciones y depreciaciones	9 y 10	(28.154)	(29.611)
BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN		81.037	79.155
Saneamiento de fondo de comercio	8	(362)	(2.950)
Deterioros / Recuperación de deterioros en otros activos intangibles	9	206	99
Resultado de sociedades por el método de participación	11	40.447	31.634
Ingresos financieros	29	10.583	7.156
Gastos financieros	30	(8.110)	(7.851)
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	31	19.393	82.818
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS		143.194	190.061
Impuesto sobre Sociedades	22	(28.965)	(41.071)
BENEFICIO NETO DEL EJERCICIO		114.229	148.990
Accionistas minoritarios	16	(11.348)	(8.115)
BENEFICIO NETO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE		102.881	140.875
BENEFICIO POR ACCIÓN EN EUROS	32	0,82	1,13

(*) La cuenta de pérdidas y ganancias consolidada correspondiente al ejercicio 2004 se presenta, única y exclusivamente, a efectos informativos.

Las Notas 1 a 40 descritas en la memoria consolidada adjunta y el Anexo forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005.

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Estados de flujos de efectivo correspondientes a los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004 (*)

Miles de Euros

	Notas	2005	2004
Flujos de efectivo de las actividades de explotación:			
Resultado del ejercicio		102.881	140.875
Resultado del ejercicio atribuible a intereses minoritarios		11.348	8.115
Ajustes por-			
Amortizaciones y depreciaciones	9 y 10	28.154	29.512
Saneamiento de fondo de comercio		362	2.950
Variación provisiones	17	(4.511)	3.110
Variación ingresos diferidos	20	(698)	407
Resultado de sociedades por el método de participación	11	(40.447)	(31.634)
Gastos financieros	30	8.110	7.851
Ingresos financieros	29	(10.583)	(7.156)
Impuesto sobre Sociedades	22	28.965	41.071
Beneficio en enajenación de activos no corrientes	31	(19.393)	(82.818)
Flujos procedentes de actividades ordinarias de explotación antes de cambios en el capital circulante:		104.188	112.283
(Incremento)/Disminución en deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	14	(35.421)	(24.438)
(Incremento)/Disminución de existencias	13	(4.383)	2.872
Incremento/(Disminución) pasivo corriente de explotación	18	(12.647)	19.945
Impuestos sobre las ganancias pagados		(8.524)	(9.090)
		(60.975)	(10.711)
Flujos netos de efectivo de actividades de explotación (I)		43.213	101.572
Flujos de efectivo por actividades de inversión:			
Adquisición de activos intangibles	9	(6.828)	(2.661)
Adquisición de filiales y empresas asociadas	8	(47.907)	(37.773)
Adquisición de propiedades, planta y equipo	10	(13.212)	(15.219)
Adquisición de activos financieros	12	212	-
Cobros por enajenación de activos tangibles e intangibles		5.344	1.581
Cobros por enajenación de activos financieros		36.376	89.934
Intereses cobrados		9.780	6.683
Dividendos cobrados		27.204	37.109
Flujos netos de efectivo de las actividades de inversión (II)		10.969	79.654
Flujos de efectivo por actividades de financiación:			
Intereses pagados		(3.378)	(5.415)
Entradas (salidas) de efectivo por deudas financieras a largo plazo	19	29.553	(13.826)
Entradas (salidas) de efectivo por deudas financieras a corto plazo	19	3.163	(2.271)
Dividendos pagados		(30.852)	(46.115)
Flujos netos de efectivo de las actividades de financiación (III)		(1.514)	(67.627)
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo (I+II+III)		52.668	113.599
Effectivo y equivalentes aportado por las sociedades adquiridas		421	12.227
Effectivo y equivalentes al efectivo al principio del período		234.410	108.584
Effectivo y equivalentes al efectivo al final del período		287.499	234.410

(*) El estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio 2004 se presenta, única y exclusivamente, a efectos informativos.

Las Notas 1 a 40 descritas en la memoria consolidada adjunta y el Anexo forman parte integrante del estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005.

VOCENTO, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Estados de cambios en el patrimonio neto consolidado en los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2005 y 2004 (*)

Miles de Euros

	De la Sociedad Dominante						De accionistas minoritarios	Total Patrimonio	
	Capital suscrito	Reserva legal de la Sociedad Dominante	Otras reservas de la Sociedad Dominante	Reservas en sociedades consolidadas	Acciones propias en cartera	Resultado neto del periodo	Dividendo a cuenta		
Saldo al 1 de enero de 2004	24.994	4.999	70.613	288.388	(9)	-	(11.996)	31.792	408.781
Aplicación del resultado del ejercicio anterior	-	-	-	(11.996)	-	-	11.996	-	-
Dividendos a minoritarios	-	-	-	-	-	-	-	(8.111)	(8.111)
Dividendo complementario	-	-	-	(13.004)	-	-	-	-	(13.004)
Dividendo a cuenta 2004	-	-	-	-	-	-	(25.000)	-	(25.000)
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	140.875	-	8.115	148.990
Combinaciones de negocios	-	-	-	1.157	-	-	-	26.651	27.808
Transacciones con Minoritarios	-	-	-	4.283	-	-	-	-	4.283
Compras de autocartera	-	-	-	(1.308)	-	-	-	-	(1.308)
Otros	-	-	-	(28)	-	-	-	544	516
Saldo al 31 de diciembre de 2004	24.994	4.999	70.613	267.492	(9)	140.875	(25.000)	58.991	542.955
Aplicación del resultado del ejercicio anterior	-	-	32.882	82.993	-	(140.875)	25.000	-	-
Dividendos a minoritarios	-	-	-	-	-	-	-	(8.852)	(8.852)
Dividendo complementario	-	-	-	(14.000)	-	-	-	-	(14.000)
Dividendo a cuenta 2005	-	-	-	-	-	-	(8.000)	-	(8.000)
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	102.881	-	11.348	114.229
Combinaciones de negocios	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transacciones con Minoritarios	-	-	-	(18.706)	-	-	-	(210)	(18.916)
Otros	-	-	-	(149)	-	-	-	257	108
Saldo al 31 de diciembre de 2005	24.994	4.999	103.495	317.630	(9)	102.881	(8.000)	61.534	607.524

(*) El Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado correspondiente al ejercicio 2004 se presenta, única y exclusivamente, a efectos informativos.

Las Notas 1 a 40 descritas en la memoria consolidada adjunta y el Anexo forman parte integrante del estado de cambios en el patrimonio neto consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005.

Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Memoria correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005 basándose en Normas Internacionales de Información Financiera

1. Actividad de las Sociedades

Vocento, S.A. se constituyó como Sociedad Anónima por tiempo ilimitado el 28 de junio de 1945, teniendo por objeto social, según sus estatutos, la edición, distribución y venta de publicaciones unitarias, periódicas o no, de información general, cultural, deportiva, artística o de cualquier otra naturaleza, la impresión de las mismas y la explotación de talleres de imprimir y, en general, cualquier otra actividad relacionada con la industria editorial y de artes gráficas; el establecimiento, utilización y explotación de emisoras de radio, televisión y cualesquiera otras instalaciones para la emisión, producción y promoción de medios audiovisuales, así como la producción, edición, distribución de discos, cassettes, cintas magnetofónicas, películas, programas y cualesquiera otros aparatos o medios de comunicación de cualquier tipo; la tenencia, adquisición, venta y realización de actos de administración y disposición por cualquier título de acciones, títulos, valores, participaciones en Sociedades dedicadas a cualquiera de las actividades anteriormente citadas, y, en general, a cualquier otra actividad directa o indirectamente relacionada con las anteriores y que no esté prohibida por la legislación vigente.

Todas las actividades que integran el objeto social mencionado podrán desarrollarse tanto en España como en el extranjero, pudiendo llevarse a cabo total o parcialmente de modo indirecto, mediante la titularidad de acciones o de participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo (Notas 11, 12 y Anexo).

La Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 17 de marzo de 2001 acordó el cambio de denominación social de Bilbao Editorial, S.A. pasando a denominarse Grupo Correo de Comunicación, S.A.

Con fecha 26 de noviembre de 2001, como consecuencia de la fusión por absorción de Prensa Española, S.A., la Junta General Extraordinaria de Accionistas acordó el cambio de denominación social de la Sociedad pasando a denominarse Grupo Correo Prensa Española, S.A. Por último, la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 29 de mayo de 2003 acordó el cambio de denominación social de la Sociedad, pasando a denominarse Vocento, S.A. (en adelante la Sociedad Dominante).

El domicilio social está situado en Madrid, calle Juan Ignacio Luca de Tena, nº 7. Por su parte, el domicilio fiscal se ubica en Zamudio, Vizcaya, en el Polígono Industrial de Torrelarragoiti, Barrio de San Martín.

Dadas las actividades a las que se dedica el Grupo, el mismo no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados del mismo. Por este motivo, no se incluyen desgloses específicos en la presente memoria de los estados financieros consolidados respecto a información de cuestiones medioambientales.

2. Bases de presentación de las cuentas anuales consolidadas y principios de consolidación

a) Normativa contable aplicada

Las cuentas anuales consolidadas del Grupo del ejercicio 2005 han sido formuladas por los Administradores de acuerdo con lo establecido en las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante, NIIF), según han sido aprobadas por la Unión Europea, de conformidad con la Ley 62/2003, de 30 de diciembre. Esta Ley permite a aquellas sociedades que tengan obligación de formular cuentas consolidadas el optar por la aplicación de la normativa contable española o por las normas internacionales de información financiera. En el caso de optar por estas últimas deben elaborarlas así de forma continuada.

Las cuentas anuales consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio 2004 fueron aprobadas por la Junta General de Accionistas celebrada el 26 de mayo de 2005. Dichas cuentas fueron formuladas de acuerdo con los principios contables españoles y, por tanto, no coinciden con los importes del ejercicio 2004 incluidos en estas cuentas anuales que han sido elaboradas conforme a las NIIF.

En la preparación de los estados financieros consolidados adjuntos se ha tenido en cuenta la NIIF 1 en la que se establecen, para algunos casos concretos, determinadas alternativas que la sociedad que aplica las NIIF por primera vez puede utilizar en la elaboración de su información financiera y contable. Las alternativas elegidas por el Grupo son las siguientes:

- Se ha tomado como coste amortizado del activo fijo tangible e intangible al 31 de diciembre de 2003 el valor en libros que los activos tenían bajo normativa española, por asumir la Dirección del Grupo que las revalorizaciones de activos que han tenido lugar de acuerdo a las normativas vigentes en los países en los que operan las sociedades pertenecientes al Grupo reflejan, de forma aproximada, su valor de mercado.
- Las diferencias de conversión generadas con anterioridad al 31 de diciembre de 2003 se han clasificado en el epígrafe de "Otras reservas" de la Sociedad Dominante dentro del capítulo de patrimonio. En consecuencia, en caso de enajenación de una sociedad participada, la cuenta de resultados únicamente recogería las diferencias de conversión generadas con posterioridad a la fecha anteriormente mencionada.

Adicionalmente, las NIIF establecen determinadas alternativas en su aplicación, entre las que destacan las siguientes:

- i) Las participaciones en negocios conjuntos pueden ser consolidadas por integración proporcional o valoradas por el método de participación utilizando el mismo criterio para todas las participaciones en negocios conjuntos que posea el Grupo. El Grupo mantiene el criterio de consolidar por el método de la participación todas las sociedades en las que mantiene un control compartido con el resto de sus socios.
- ii) Tanto los activos intangibles como los activos registrados bajo el epígrafe "Activos no corrientes – Propiedad, planta y equipo" pueden ser valorados a valor de mercado o a su coste de adquisición corregido por la amortización acumulada y los saneamientos realizados en su caso.

El Grupo ha optado por registrar los mencionados activos por el coste de adquisición corregido.

- iii) Las NIIF permiten dos tratamientos para la contabilización de las subvenciones de capital: deducir del valor contable del activo el importe de las subvenciones de capital recibidas para su adquisición o bien presentar las citadas subvenciones como ingresos diferidos en el pasivo del balance de situación. El Grupo ha optado por la segunda opción.

Los desgloses requeridos por la NIIF 1 en relación con la transición de la aplicación de la normativa contable española a las NIIF se detallan en la Nota 3.

b) Principios de consolidación

Las sociedades dependientes en las que el Grupo posee control se han consolidado, en general, por el método de integración global, salvo que representen un interés poco significativo con respecto a la imagen fiel del Grupo.

El Grupo considera que mantiene el control en una sociedad cuando tiene la capacidad suficiente para establecer las políticas financieras y operativas, de forma que pueda obtener los beneficios de sus actividades.

Las sociedades multigrupo que el Grupo gestiona conjuntamente con otras sociedades han sido consolidadas por el método de la participación.

Las sociedades no incluidas en el párrafo anterior, en las que alguna o varias sociedades del Grupo ejerzan una influencia significativa se valoran por el método de participación, excepto cuando se consideran mantenidas para la venta.

Se considera que existe influencia significativa cuando se tiene el poder de intervenir en las decisiones de política financiera y de explotación de la participada. Se presume que existe esta influencia notable si se mantiene una participación de al menos el 20%. Sin embargo, la participación en el Grupo Gestevisión Telecinco que es del 13% al 31 de diciembre de 2005 y 2004, se valora por el método de la participación, ya que existe un Pacto de Accionistas con el accionista mayoritario, que otorga al Grupo determinados derechos indicativos de una vinculación duradera que contribuye a la actividad de la asociada y de una influencia notable en la gestión.

En el Anexo a los estados financieros se muestra un detalle de las sociedades dependientes y asociadas.

La consolidación de las operaciones del Grupo se ha efectuado siguiendo los siguientes principios básicos:

1. En la fecha de adquisición, los activos, pasivos y pasivos contingentes de la sociedad filial son registrados a valor de mercado. En el caso de que exista una diferencia positiva entre el coste de adquisición de la sociedad filial y el valor de mercado de los indicados activos y pasivos correspondientes a la participación de la sociedad en la filial, es registrada como fondo de comercio.

En el caso de que la diferencia sea negativa, ésta se registra con abono a la cuenta de resultados consolidada.

Se ha optado por no reconstruir aplicando principios NIIF las combinaciones de negocios anteriores al 1 de enero de 2004.

Los resultados de las sociedades dependientes adquiridas o enajenadas durante el ejercicio se incluyen en las cuentas de resultados consolidadas desde la fecha efectiva de adquisición o hasta la fecha efectiva de enajenación.

2. Los fondos de comercio puestos de manifiesto en las combinaciones de negocios no se amortizan desde el 1 de enero de 2004, fecha de transición a las NIIF, si bien se revisan, al menos anualmente, para analizar la necesidad de un posible saneamiento derivado del deterioro de su valor.
3. Las operaciones de compra y venta de participaciones minoritarias en sociedades que sean y sigan siendo dependientes antes y después de las operaciones comentadas se consideran operaciones entre accionistas, y por tanto los pagos realizados tendrán su contrapartida dentro del patrimonio del Grupo.
4. El resultado de valorar las participaciones por el método de participación (una vez eliminado el resultado de operaciones entre sociedades del Grupo) se refleja en los epígrafes "Patrimonio – Reservas" y "Resultado de sociedades por el método de participación" del balance de situación consolidado y la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjuntos, respectivamente. El método de participación consiste en sustituir el valor neto contable por el que la inversión figura en los estados financieros de una sociedad del Grupo, por el importe correspondiente al porcentaje sobre los fondos propios de cada sociedad participada, incluyendo, asimismo, el fondo de comercio generado en la adquisición de dicha sociedad participada.
5. El valor de la participación de los accionistas minoritarios en el patrimonio y en los resultados de las sociedades dependientes consolidadas por integración global se presenta, respectivamente, en los epígrafes "Patrimonio – De accionistas minoritarios" del pasivo del balance de situación consolidado y "Accionistas minoritarios" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjuntos.
6. La conversión de los estados financieros de las sociedades extranjeras se ha realizado aplicando el método del tipo de cambio de cierre. Este método consiste en la conversión a euros de todos los bienes, derechos y obligaciones utilizando el tipo de cambio vigente en la fecha de cierre de los estados financieros consolidados, y el tipo de cambio medio del ejercicio a las partidas de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas, manteniendo el patrimonio a tipo de cambio histórico a la fecha de su adquisición (o al tipo de cambio medio del ejercicio de su generación en el caso de los resultados acumulados siempre y cuando no haya operaciones significativas que hagan poco apropiada la utilización del tipo de cambio promedio, según corresponda).
7. Todos los saldos y transacciones entre las sociedades consolidadas por integración global se han eliminado en el proceso de consolidación.

c) Variaciones en el perímetro

Los principales cambios que se han producido en el perímetro en los ejercicios 2005 y 2004 son los siguientes:

Sociedades	Porcentaje directo e indirecto		
	01.01.04	31.12.04	31.12.05
ABC			
ABC Sevilla, S.L.U.	-	99,99%	99,99%
Prensa Española de Servicios Redaccionales, S.A.U.	99,99%	-	-
Prensa Española General de Gestión, S.A.U.	99,99%	-	-
Comercializadora ABC Sevilla, S.L.U	-	99,99%	99,99%
Pabellón de México, S.L.	54,87%	73,10%	73,10%
Multimedia Regional			
Corporación de Medios de Cádiz, S.L.U.	-	100,00%	100,00%
Durango Telebista, S.L.	-	-	100,00%
Corporación de Medios de Andalucía, S.A.	97,08%	97,08%	98,20%
Corporación de Medios de Murcia, S.A.	96,95%	96,95%	97,61%
Corporación de Medios de Extremadura, S.A.	95,83%	95,83%	97,07%
Prensa Malagueña, S.A.	87,09%	87,09%	87,82%
Editorial Cantabria, S.A.	74,13%	74,13%	85,91%
Canal Bilbovisión, S.L.	79,17%	80,07%	80,07%
Álava Televisión, S.L.	75,10%	78,98%	78,98%
KTB – Kate Berria, S.L.U.	-	75,81%	75,81%
Taller de Editores, S.A	64,81%	66,81%	66,81%
Rioja Televisión, S.A.	46,44%	47,68%	47,68%
Gala Ediciones, S.L.	-	33,41%	33,41%
Producciones Antares Media, S.L.	-	30,00%	30,00%
Radiotelevisión Canal 8 – DM, S.L.	48,06%	73,98%	85,74%
Canal Cultural Badajoz, S.L.	48,87%	57,50%	58,24%
Moper Visión, S.L.U.	86,06%	87,09%	87,82%
Producciones Digitales del Sur, S.A.	86,94%	87,09%	87,82%
Costa Visión, S.L.U.	86,06%	87,09%	87,82%
La Verdad Internacional, S.L.U.	-	96,95%	97,61%
La Verdad Radio y Televisión, S.A.	50,42%	50,42%	59,80%
Comercializadora de Medios de Cantabria, S.C.	-	74,13%	85,91%

Sociedades	Porcentaje directo e indirecto		
	01.01.04	31.12.04	31.12.05
Comercializadora de Medios de Asturias, S.L.	-	51,45%	51,45%
Cable Rioja, S.A.	20,68%	-	-
Inversor Ediciones, S.L.	33,05%	34,08%	34,77%
La Voz de Cádiz Digital, S.L.	-	-	100,00%
Radio Gaditana 2005, S.L.	-	-	100,00%
Audiovisuales			
Árbol Producciones, S.A.	20,00%	20,40%	-
Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión, S.L.	-	85,00%	85,00%
Radio Publi, S.L.	-	63,66%	63,66%
Grupo Europroducciones, S.L.	30,00%	59,50%	59,50%
Bocaboca Producciones, S.L.	30,00%	25,50%	59,50%
Grupo Videomedia, S.A.	-	-	25,51%
Radio Utrera, S.L.	-	63,66%	63,66%
Sociedad Aragonesa de Gestión Radiofónica, S.L.U.	-	63,66%	63,66%
Publiespaña, S.A.	13,00%	-	-
Distribuidora			
Distribución de Prensa por Rutas, S.L.	20,00%	60,00%	60,00%
Banatu, S.L.	25,30%	36,00%	50,49%
Distribuciones Papiro, S.L.	26,46%	25,14%	25,14%
Cirpress, S.L.	26,00%	24,70%	24,70%
Otros			
Telemadroño, S.L.U.	60,00%	100,00%	-
Alianzas y Nuevos Negocios, S.L.U.	-	-	100,00%
Sociedad Vascongada de Producciones, S.L.U.	75,81%	100,00%	100,00%
Comeco Impresión, S.L.	-	-	100,00%
Avista Televisió de Barcelona, S.L.	-	-	75,00%
Pantalla Digital, S.L.	48,50%	74,78%	74,78%
Comunicaset, S.A.	-	-	67,50%
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, S.A.	27,33%	47,75%	47,75%
Local Print, S.L.	-	-	50,00%
Mediasal 2000, S.A.	34,66%	-	-
Víctor Steinberg y Asociados, S.L.	-	-	30,00%

Ejercicio 2005

Las principales adquisiciones de filiales realizadas durante el ejercicio 2005 son las siguientes:

- En septiembre de 2005, el Grupo ha procedido a la compra de 5.148 participaciones sociales representativas del 40% del capital social de Bocaboca Producciones, S.L. por un precio de 10.502 miles de euros, en el que se incluye un importe de 7.281 miles de euros pagados al 31 de diciembre de 2005 y la estimación de dos ajustes al precio que recogen las posibles diferencias entre los resultados reales y estimados de Bocaboca Producciones, S.L. en los ejercicios 2005 y 2006. Estos ajustes se pagarán en marzo de 2006 y 2007, respectivamente.

El Grupo mantenía una participación del 30% (Nota 11), de manera que pasa a tener el control.

El detalle de los activos netos adquiridos es el siguiente:

	Miles de Euros
	Valor de mercado
Activos netos adquiridos:	
- Propiedad, planta y equipo (Nota 10)	860
- Otros activos intangibles (Nota 9)	6.769
- Inversiones financieras (Nota 12)	85
- Existencias (Nota 13)	2.131
- Cuentas a cobrar (Nota 14)	7.116
- Efectivo y otros medios equivalentes (Nota 15)	387
- Provisiones (Nota 17)	(133)
- Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (Nota 18)	(15.734)
Total	1.481

El valor en libros de la filial antes de la combinación de negocios coincide con el valor de mercado.

Por tanto la Sociedad ha registrado un importe de 9.892 miles de euros como fondo de comercio (Nota 8).

- Asimismo, el Grupo ha adquirido el 75% y el 67,5% de las sociedades Avista Televisió de Barcelona, S.L. (Urbe TV) y Comunicaset, S.L. por un precio global de 3.750 miles de euros, además de diversas participaciones en otras sociedades cuya actividad es la gestión del servicio de televisión local. El resumen de los activos y pasivos adquiridos es el siguiente:

	Miles de Euros	
	Valor de mercado	
	Urbe TV y Comunicaset, S.L.	Otros
Activos netos adquiridos:		
- Propiedad, planta y equipo (Nota 10)	203	33
- Otros activos intangibles (Nota 9)	9	-
- Impuestos diferidos activos (Nota 22)	1.121	-
- Cuentas a cobrar (Nota 14)	302	345
- Efectivo y otros medios equivalentes (Nota 15)	21	13
- Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (Nota 18)	(1.869)	(535)
Total	(213)	(144)

El Grupo ha registrado un importe de 3.914 miles de euros como fondo de comercio (Nota 8) por la adquisición de Avista Televisió de Barcelona,S.L (Urbe TV) y Comunicaset, S.L.

Ejercicio 2004

Durante el ejercicio 2004, las principales operaciones realizadas por el Grupo, así como el detalle de los activos y pasivos adquiridos son los siguientes:

- Adquisición de un 40% adicional del capital social de Grupo Europroducciones, S.A. por importe de 19.500 miles de euros, aproximadamente, de manera que el porcentaje de participación directo que el Grupo mantiene en esta sociedad asciende al 70%, pasando a consolidarse por el método de integración global.

Miles de Euros

	Valor en Libros de la filial antes de la combinación de negocios	Ajustes a valor de mercado	Valor de mercado
Activos netos adquiridos:			
- Propiedad, planta y equipo (Nota 10)	3.888	5.932	9.820
- Otros activos intangibles (Nota 9)	1.668	-	1.668
- Inversiones financieras (Nota 12)	1.449	-	1.449
- Impuestos diferidos activos (Nota 22)	-	-	-
- Existencias (Nota 13)	117	-	117
- Cuentas a cobrar (Nota 14)	10.344	-	10.344
- Efectivo y otros medios equivalentes (Nota 15)	10.403	-	10.403
- Provisiones (Nota 17)	(375)	-	(375)
- Impuestos diferidos pasivos (Nota 22)	-	(2.076)	(2.076)
- Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (Nota 18)	(6.522)	-	(6.522)
Total	20.972	3.856	24.828

- En el mes de julio, el Grupo entró en el capital de Radio Publi, S.L. mediante una ampliación de capital suscrita íntegramente por el Grupo por importe de 19.841 miles de euros, aproximadamente, ascendiendo su participación en ese momento al 71,04%. A través de esta sociedad el Grupo desarrolla una nueva actividad de radio con cobertura nacional, mediante la marca "Punto Radio". Posteriormente, en el mes de noviembre se dio entrada a nuevos socios mediante una aportación dineraria de 3.606 miles de euros pasando la participación que el Grupo mantenía al 31 de diciembre de 2004 al 63,66%. Como consecuencia de la entrada de los minoritarios se produjo un abono para el Grupo de 955 miles de euros, aproximadamente que figura registrado en el epígrafe "Reservas" del balance de situación adjunto.

Miles de Euros

	<u>Valor de mercado</u>
Activos netos adquiridos:	
- Propiedad, planta y equipo (Nota 10)	311
- Otros activos intangibles (Nota 9)	755
- Inversiones financieras (Nota 12)	8
- Impuestos diferidos activos (Nota 22)	214
- Existencias (Nota 13)	-
- Cuentas a cobrar (Nota 14)	20.399
- Efectivo y otros medios equivalentes (Nota 15)	1.824
- Provisiones (Nota 17)	-
- Cuentas a pagar (Nota 18)	(1.756)
Total	21.755

El valor en libros de la filial antes de la combinación de negocios coincide con el valor de mercado.

Adicionalmente, durante los ejercicios 2005 y 2004 se han realizado transacciones con minoritarios explicadas en la Nota 16 y operaciones con sociedades vinculadas explicadas en la Nota 11.

3. Transición a las normas internacionales de información financiera, NIIF

La Norma Internacional de Información Financiera Nº 1 (NIIF 1) exige que las primeras cuentas anuales consolidadas elaboradas por aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera incluyan una conciliación de los saldos de inicio y cierre del período comparativo inmediatamente anterior con los saldos de cierre del ejercicio precedente y de apertura del ejercicio al que estas cuentas anuales se refieren, respectivamente preparados conforme a principios y normas contables locales españolas en el caso del Grupo. Asimismo, la NIIF 1 exige la conciliación del resultado del período comparativo con el correspondiente al mismo período conforme a principios y normas contables locales.

El ejercicio 2005 es el primer ejercicio en el que el Grupo ha presentado sus cuentas anuales conforme a NIIF. Las últimas cuentas anuales presentadas de acuerdo a principios españoles fueron las correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2004, por lo que la fecha de transición a las NIIF es el 1 de enero de 2004.

Seguidamente, se presenta la conciliación de los saldos del balance de situación consolidado al 1 de enero de 2004, fecha de la transición a las NIIF, y al 31 de diciembre de 2004, así como la conciliación correspondiente a la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2004, considerándose como ajustes los cambios con origen en los criterios de valoración y políticas contables modificados por la nueva normativa y como reclasificaciones los cambios con origen en la nueva forma de presentación de los estados financieros:

a) Conciliaciones al 1 de enero y a 31 de diciembre de 2004 entre el patrimonio del Grupo bajo principios contables españoles y las NIIF

Miles de Euros

			01.01.04	
	Apartado	Normativa contable española	Transición a NIIF	NIIF
Propiedad, planta y equipo	1	208.433	1.294	209.727
Fondo de comercio	2	73.553	(54.421)	19.132
Otros activos intangibles	3	9.557	(3.863)	5.694
Participaciones en asociadas y activos financieros	4	100.210	52.682	152.892
Impuestos diferidos activos	5	21.837	61.808	83.645
Gastos a distribuir en varios ejercicios	6	8.235	(8.235)	-
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		421.825	49.265	471.090
Existencias		20.571	-	20.571
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5 y 7	199.756	(88.068)	111.688
Efectivo y otros medios equivalentes	7	78.770	29.814	108.584
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		299.097	(58.254)	240.843
TOTAL ACTIVOS		720.922	(8.989)	711.933
Socios externos	8	32.338	(32.338)	-
Ingresos diferidos	4	3.927	(363)	3.564
Provisiones		31.190	-	31.190
Deuda financiera		43.182	(22)	43.160
Otras cuentas a pagar	9	221.746	(8.474)	213.272
Impuestos diferidos pasivos	10	11.657	309	11.966
TOTAL PASIVOS		344.040	(40.888)	303.152
TOTAL ACTIVOS MENOS PASIVOS		376.882	31.899	408.781
Capital suscrito		24.994	-	24.994
Acciones propias en cartera	11	-	(9)	(9)
Reservas	12	351.888	116	352.004
De accionistas minoritarios	8	-	31.792	31.792
TOTAL PATRIMONIO		376.882	31.899	408.781

	31.12.04			
	Apartado	Normativa contable española	Transición a NIIF	NIIF
Propiedad, planta y equipo	1	200.674	7.430	208.104
Fondo de comercio	2	76.589	(34.525)	42.064
Otros activos intangibles	3	11.410	(4.630)	6.780
Participaciones en asociadas y activos financieros	4	91.192	45.099	136.291
Impuestos diferidos activos	5	21.744	44.335	66.079
Gastos a distribuir en varios ejercicios	6	6.888	(6.888)	-
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		408.497	50.821	459.318
Existencias		17.717	-	17.717
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5 y 7	267.174	(127.942)	139.232
Efectivo y otros medios equivalentes	7	146.342	88.068	234.410
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		431.233	(39.874)	391.359
TOTAL ACTIVOS		839.730	10.947	850.677
Socios externos	8	58.099	(58.099)	-
Ingresos diferidos	4	4.357	(386)	3.971
Provisiones		34.675	-	34.675
Deuda financiera		27.133	(69)	27.064
Otras cuentas a pagar	9	230.677	(7.145)	223.532
Impuestos diferidos pasivos	10	14.505	3.975	18.480
TOTAL PASIVOS		369.446	(61.724)	307.722
TOTAL ACTIVOS MENOS PASIVOS		470.284	72.671	542.955
Capital		24.994	-	24.994
Acciones propias en cartera	11	-	(9)	(9)
Reservas	12	337.520	5.584	343.104
Resultado neto del periodo	8	132.770	8.105	140.875
De accionistas minoritarios	8	-	58.991	58.991
Dividendo a cuenta entregado en el ejercicio		(25.000)	-	(25.000)
TOTAL PATRIMONIO		470.284	72.671	542.955

1. El aumento en este epígrafe se debe a la reclasificación como propiedad, planta y equipo de los activos sujetos a contrato de arrendamiento financiero así como a la valoración y asignación de los fondos de comercio surgidos en el ejercicio de acuerdo a la NIC 17 y a la NIIF 3.
2. Los fondos de comercio netos al 1 de enero de 2004 correspondientes a sociedades valoradas por el método de participación han sido clasificados conforme a la NIC 28 como mayor valor de la cartera.

Adicionalmente, de acuerdo con la NIIF 3 los fondos de comercio no se amortizan desde el 1 de enero de 2004.

3. La disminución que se produce en este epígrafe se debe a la reclasificación de los bienes en régimen de arrendamiento financiero a los epígrafes correspondientes de propiedad, planta y equipo según la naturaleza del activo en cuestión, así como a la no activación de los gastos de establecimiento, de los gastos de investigación ni de las marcas generadas internamente, durante el ejercicio 2004, así como a la reversión de los saldos activos en dichos epígrafes en ejercicios anteriores, conforme a la NIC 38.
4. El aumento de este epígrafe producido por la reclasificación de los fondos de comercio de las sociedades valoradas por el método de participación se ve parcialmente compensado por la minoración de los créditos a largo plazo en el importe de los ingresos diferidos derivados de derechos de cobro.

El detalle de estos efectos es el siguiente:

	01.01.04	31.12.04
Reclasificación fondo de comercio	53.045	45.485
Reclasificación ingresos diferidos	(363)	(386)
	52.682	45.099

Miles de Euros

5. La NIC 1 y la NIC 12 exigen clasificar los activos por impuestos diferidos como no corrientes. Asimismo, se incluye el impacto fiscal de diversos efectos de transición a las NIIF. El detalle es el siguiente:

	01.01.04	31.12.04
Reclasificación		
Créditos por Impuesto sobre Sociedades	58.293	40.096
Impuestos anticipados (Ver apartado 12.c)	2.754	3.208
Impacto fiscal de		
No activación de gastos de establecimiento	761	1.031
	61.808	44.335

Miles de Euros

6. La normativa española establece que la diferencia entre el valor de reembolso y el valor de los activos recibidos en el momento de contratación de determinadas operaciones de financiación se clasifique en el epígrafe "Gastos a distribuir en varios ejercicios".

En el proceso de conversión a NIIF dichos gastos a distribuir han sido reclasificados minorando el valor del pasivo financiero que los originó de forma que éste quede registrado a su coste amortizado tal y como establecen las NIC 17 y NIC 39.

7. De acuerdo con la NIC 7, para que una inversión financiera pueda ser calificada como equivalente al efectivo, es necesario que pueda ser convertible en una cantidad determinada de efectivo y que esté sujeta a un riesgo poco significativo de cambios de su valor.

Por tanto, las participaciones en fondos y depósitos a plazo con vencimiento próximo se registran de acuerdo con las NIIF dentro del epígrafe “ Activos corrientes – Efectivo y otros medios equivalentes” .

8. El epígrafe “Patrimonio – De accionistas minoritarios” del balance de situación consolidado que recoge el valor de la participación de los accionistas minoritarios en el patrimonio y en los resultados de las sociedades dependientes consolidadas por integración global debe presentarse, de acuerdo a la NIC 1, como parte integrante de los fondos propios. La variación en dicho epígrafe se corresponde principalmente con la valoración a valor de mercado de los activos adquiridos en combinaciones de negocios durante el ejercicio 2004.
9. De acuerdo a la NIC 39, los gastos a distribuir en varios ejercicios se registran como menor deuda, de manera que el pasivo se registra por su coste amortizado.
10. El incremento de este epígrafe es consecuencia, fundamentalmente, del efecto fiscal de la mayor valoración de las combinaciones de negocios, así como del ajuste realizado por la no amortización de los fondos de comercio en el ejercicio.
11. La NIC 32 establece que las acciones propias deben registrarse minorando el patrimonio.
12. Los principales ajustes a reservas realizados en la conversión a las NIIF son los siguientes:

	01.01.04	31.12.04
Reconocimiento como gasto de gastos de establecimiento y desactivación de los gastos de investigación y marcas generadas internamente	(1.628)	(1.628)
Venta de participaciones de Veralia y Punto Radio (a)	-	4.284
Efecto de revalorizaciones en combinaciones de negocios realizadas por etapas (b)	-	1.157
Impuestos anticipados (c)	2.744	2.742
Otros (d)	(1.000)	(971)
	116	5.584

- a) A diferencia de lo explicado en el punto 3 de la Nota 2.b, en la normativa española las compras y ventas de participaciones en sociedades dependientes, sin perder el control, suponen movimientos en resultados, socios externos y/o fondo de comercio. Esto supone bajo NIIF un menor ingreso del ejercicio y un mayor importe, neto de efecto fiscal, de 4.284 miles de euros en las reservas del ejercicio (Notas 3.b y 16).
- b) En las combinaciones de negocios realizadas por etapas, donde se produzca una revalorización de los activos a su valor de mercado se debe llevar a reservas el porcentaje de dicha revalorización mantenido antes de la toma de control.
- c) Corresponden a Impuestos anticipados que de acuerdo con la normativa española no se pueden activar por ser el período estimado para su recuperación superior a 10 años.
- d) Ajustes de ejercicios anteriores, realizados en 2004, que de acuerdo a la NIC 8 han sido traspasados a reservas.

b) Conciliación de la cuenta de resultados del ejercicio 2004 del Grupo bajo principios contables españoles y las NIIF

Miles de Euros

	Apartado	Normativa contable española	Transición a NIIF	NIIF
Importe neto de la cifra de negocios	1	712.888	4.094	716.982
Trabajos realizados por la empresa para el activo intangible		197	-	197
Otros ingresos	1	833	428	1.261
Aprovisionamientos		(152.527)	-	(152.527)
Variación de provisiones de tráfico y otras		(1.970)	(5.974)	(7.944)
Gastos de personal		(190.992)	(2.972)	(193.964)
Servicios exteriores	2	(249.288)	(5.951)	(255.239)
Amortizaciones y depreciaciones	3	(30.511)	900	(29.611)
BENEFICIO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS		88.630	(9.475)	79.155
Saneamiento de fondo de comercio	4	(13.874)	10.924	(2.950)
Deterioros / Recuperación de deterioros de otros activos intangibles		-	99	99
Resultado de sociedades por el método de participación		31.634	-	31.634
Ingresos financieros	5	5.147	2.009	7.156
Gastos financieros		(7.851)	-	(7.851)
Resultado neto en enajenación de activos no corrientes	5	-	82.818	82.818
BENEFICIO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS ANTES DE IMPUESTOS		103.686	86.375	190.061
Resultados extraordinarios	5	78.569	(78.569)	-
BENEFICIO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS		182.255	7.806	190.061
Impuesto sobre Sociedades		(41.858)	787	(41.071)
BENEFICIO NETO DEL EJERCICIO		140.397	8.593	148.990
Accionistas minoritarios		(7.627)	(488)	(8.115)
BENEFICIO NETO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE		132.770	8.105	140.875

1. El incremento de la cifra de negocios y de otros ingresos se debe a la reclasificación de los ingresos extraordinarios de acuerdo con la NIC 1.
2. El incremento de la cifra de otros gastos de explotación se debe, principalmente, a la reclasificación de gastos y pérdidas de ejercicios anteriores, conforme a la NIC 1.
3. La minoración del gasto de amortizaciones y depreciaciones corresponde a la no activación de los gastos de establecimiento, gastos de investigación y las marcas generadas internamente conforme a la NIC 38.
4. De acuerdo con la NIIF 3 los fondos de comercio no se amortizan desde el 1 de enero de 2004. No obstante, con periodicidad anual se debe analizar el posible deterioro de los mismos de acuerdo con lo establecido en la NIC 36. En este sentido, durante el ejercicio 2004 el Grupo estimó un deterioro del valor de sus fondos de comercio por importe de 2.950 miles de euros.
5. La NIC 1 prohíbe la clasificación de ingresos y gastos en el epígrafe de ingresos y gastos extraordinarios. En el proceso de conversión a NIIF los ingresos y gastos que, de acuerdo con la normativa contable española, habían sido recogidos en dichos epígrafes, han sido reclasificados al resto de epígrafes atendiendo a su naturaleza y a las causas que los provocaron.

4. Legislación aplicable

Televisiones

La Ley de Acompañamiento a los presupuestos de 2003 estableció que las personas físicas o jurídicas que, directa o indirectamente, participen en el capital o en los derechos de voto, en una proporción igual o superior al cinco por ciento del total de una sociedad concesionaria de un servicio público de televisión, no podrán tener una participación significativa en ninguna otra sociedad concesionaria de un servicio público de televisión que tenga idéntico ámbito de cobertura y en la misma demarcación. En este sentido el Grupo mantiene participaciones significativas en Gestevisión Telecinco, S.A. (Nota 11) y Sociedad Gestora de Televisión Net TV, S.A., ambas de cobertura nacional, y con licencia de televisión analógica la primera y digital terrestre la segunda.

La Ley 10/2005 de 14 de junio de medidas urgentes para el impulso de la televisión digital terrestre, modifica la ley de televisiones privadas en el sentido que permite tener participaciones simultáneas en una sociedad concesionaria que emita en analógico y otra que emplee en exclusiva tecnología digital de difusión, hasta el llamado "apagón analógico"; ello supone que el Grupo no está en situación de incompatibilidad legal por sus participaciones en Telecinco y NET TV.

La actividad de emisión de televisión local desarrollada por determinadas sociedades del Grupo está regulada por la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres, y por la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones. De acuerdo con estas Leyes, es necesario obtener la correspondiente concesión para la prestación del servicio de televisión local por ondas.

Los procedimientos de reserva y asignación de frecuencia han sido establecidos en el RD 439/2004 de 12 de marzo por el que se aprobó el Plan Técnico Nacional de televisión digital local, posteriormente actualizado por la Ley 10/2005 de medidas urgentes para el impulso de la televisión digital terrestre y el RD 944/2005 de 29 de junio por el que se aprueba un nuevo Plan Técnico para la Televisión Digital Terrestre, siendo en cualquier caso las Comunidades Autónomas las que desarrollarán, en el ámbito de sus competencias, la normativa que contenga los procedimientos para la asignación del Servicio de Televisión Local, estableciendo los requisitos y trámites necesarios.

Aspecto a destacar es que las televisiones locales que obtengan su oportuna licencia podrán seguir emitiendo con tecnología analógica hasta el 31 de diciembre de 2008 siempre y cuando aquellas estuvieran sujetas a la disposición transitoria única de la Ley 41/1995, o lo que es lo mismo, que estuvieran emitiendo con anterioridad al 1 de enero de 1995. El plazo para que todas las CC.AA. convoquen y fallen los concursos de Televisión Local Digital finaliza el 30 de junio de 2006. No obstante, el Gobierno está habilitado para modificar la fecha del 31 de diciembre de 2008 a la vista del estado de desarrollo y penetración de la tecnología digital de difusión de televisión por ondas terrestres.

A la fecha de formulación de estas cuentas anuales consolidadas, se han convocado concursos para la adjudicación de concesiones de Televisión Digital Terrenal Local en Madrid, Navarra, Baleares, Cataluña, Murcia, Comunidad Valenciana y Asturias, habiéndose presentado el Grupo en diversas demarcaciones de Asturias y a la demarcación de Barcelona.

En cuanto al ámbito autonómico, el Grupo añade a las licencias de televisión digital autonómica de Madrid y La Rioja (conseguidas antes del 2005) las licencias de televisión digital autonómica conseguidas en Murcia y Comunidad Valenciana a finales del año 2005.

Por otro lado, la Ley 62/2003 de 30 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y del orden social establece una serie de limitaciones en cuanto a la participación en el capital social de sociedades concesionarias de un servicio público de televisión.

Radio

La Radiodifusión sonora digital se regula básicamente por la Ley 66/1997, de 30 de diciembre, de Medidas fiscales, Administrativas y del Orden social, cuya disposición adicional cuadragésimo cuarta, establece el régimen jurídico de la radiodifusión sonora digital terrenal, la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de ordenación de las telecomunicaciones, cuya disposición adicional 6ª establece los requisitos para ser titular, el Real Decreto 1287/1999, de 23 de julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la radiodifusión sonora digital terrenal, la Orden del Ministerio de Fomento de 23 de julio de 1999 por la que se aprueba el Reglamento Técnico y de Prestación del servicio de radiodifusión sonora digital terrenal y por las resoluciones de la Secretaría General de Comunicaciones por las que se aprueban los pliegos de cláusulas y se otorgan las concesiones de explotación del servicio.

En este sentido el Grupo mantiene dos licencias de radio digitales de ámbito nacional en E-Media Punto Radio, S.A.U. y Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A., con y sin desconexiones territoriales respectivamente, para las cuales presentó unos avales como garantía de ciertos compromisos (Nota 37). Dado el escaso desarrollo de la tecnología, los Administradores consideran que existen ciertos riesgos en los compromisos adquiridos, por lo que el Grupo mantiene registrada una provisión de 4.858 miles de euros (Nota 17).

Adicionalmente, algunas sociedades del Grupo son titulares de diversas licencias de radiodifusión analógica. Estas licencias se utilizan para la emisión de la programación de la cadena de radio del Grupo con el nombre comercial de "Punto Radio". Para la emisión en aquellas demarcaciones en las que el Grupo no cuenta con la correspondiente licencia, se han suscrito acuerdos de asociación con titulares de licencias en las citadas demarcaciones.

5. Normas de valoración

Las principales normas de valoración utilizadas en la elaboración de las cuentas anuales consolidadas han sido las siguientes:

a) Fondos de comercio

El fondo de comercio generado en la consolidación representa la diferencia entre el precio satisfecho en la adquisición de las sociedades dependientes consolidadas por integración global y la parte correspondiente a la participación del Grupo en el valor de mercado de los elementos que componen el activo neto de dichas sociedades a la fecha de su adquisición. En el caso de los fondos de comercio surgidos en la adquisición de sociedades cuya moneda funcional es distinta del euro, la conversión a euros de los mismos se realiza al tipo de cambio vigente a la fecha del balance de situación consolidado.

Los fondos de comercio adquiridos a partir del 1 de enero de 2004 se mantienen valorados a su coste de adquisición y los adquiridos con anterioridad a esa fecha se mantienen por su valor neto registrado al 31 de diciembre de 2003 de acuerdo con los criterios contables españoles. En ambos casos, desde el 1 de enero de 2004 no se amortiza el fondo de comercio, y al cierre de cada ejercicio contable se procede a estimar si se ha producido en ellos algún deterioro que reduzca su valor recuperable a un importe inferior al coste neto registrado procediéndose, en su caso, al oportuno saneamiento con cargo al epígrafe "Saneamiento de fondo de comercio" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta (Nota 5.d).

b) Otros activos intangibles

El criterio de valoración de los diferentes conceptos que integran el epígrafe "Activos no corrientes – Otros activos intangibles" del balance de situación consolidado adjunto (Nota 9), así como los criterios aplicados para su amortización son los siguientes:

Activos intangibles generados internamente – Gastos de investigación y desarrollo

Los costes en actividades de investigación se reconocen como gasto en el período en que se incurren.

Los gastos de desarrollo son reconocidos como activos intangibles generados internamente por el Grupo únicamente si cumplen las siguientes condiciones:

- el activo creado puede ser identificado.
- es probable que el activo creado genere beneficios económicos futuros, y
- el gasto de desarrollo del activo puede ser medido con fiabilidad.

Los activos intangibles generados internamente son amortizados a lo largo de sus vidas útiles. Cuando los gastos de desarrollo no pueden considerarse activos intangibles generados internamente, dichos gastos son reconocidos como gastos en el período en el que se incurren.

Propiedad industrial

Los activos en concepto de propiedad industrial se valoran por los importes efectivamente satisfechos en la adquisición de la propiedad o del derecho al uso de las marcas comerciales, siendo amortizados a lo largo de sus vidas útiles estimadas.

Guiones y producciones cinematográficas

- Producciones cinematográficas

Los costes incurridos por el Grupo en la realización de producciones audiovisuales se registran como activos intangibles. Se contabilizan por su coste de producción, deducidas, en su caso, las aportaciones de los coproductores que no tengan carácter reintegrable. Los costes de estructura para la producción se registran en la cuenta "Producciones cinematográficas en curso" del epígrafe "Otros activos intangibles" del balance de situación consolidado mediante su abono al epígrafe "Trabajos realizados por la empresa para el activo intangible" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada.

El coste de las producciones terminadas se amortiza en el plazo de tres años, por considerarse que ese es el plazo aproximado de generación de ingresos de los mismos, a partir del momento en que se encuentran en disposición de producir ingresos totales estimados para el período máximo de tres años. La estimación de ingresos totales se revisa al cierre de cada período, imputándose a resultados el efecto en las amortizaciones de las desviaciones de dichas estimaciones.

- Guiones cinematográficos

En esta cuenta se incluyen los importes activados, a su coste de adquisición, por los gastos incurridos en el análisis y desarrollo de nuevos proyectos. Los guiones pueden ser adquiridos o desarrollados internamente. En el primer caso se valoran por el coste de adquisición, y en el segundo de acuerdo a las normas explicadas en el apartado de "Activos intangibles generados internamente – Gastos de investigación y desarrollo". En ambos casos se amortizan de acuerdo a la vida útil estimada.

Aplicaciones informáticas

Esta cuenta recoge el precio de coste, instalación y licencia de uso de las aplicaciones informáticas adquiridas y se comienza a amortizar a partir de la entrada en funcionamiento de las mismas en el período de uso estimado, que se estima entre 3 y 5 años.

Los costes de mantenimiento de los sistemas informáticos se registran con cargo a la cuenta de pérdidas y ganancias consolidadas del ejercicio en que se incurren.

El importe cargado a gastos en concepto de amortización de otros activos intangibles figura registrado en el epígrafe "Amortizaciones y depreciaciones" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta.

c) Propiedad, planta y equipo

Los elementos que componen la propiedad, planta y equipo se valoran por su coste, que incluye, además de su precio de compra, los impuestos indirectos no recuperables, así como cualquier otro coste directamente relacionado con la puesta en servicio del activo para el uso al que está destinado.

De acuerdo con las excepciones permitidas por la NIIF 1, algunos elementos adquiridos con anterioridad al 1 de enero de 2004 se encuentran valorados a precio de coste actualizado de acuerdo con diversas disposiciones legales (Nota 10).

Los costes de ampliación, modernización o mejoras que representan un aumento de la productividad, capacidad o eficacia, o un alargamiento de la vida útil de los bienes, se capitalizan como mayor coste de los mismos.

Los gastos de conservación y mantenimiento incurridos durante el ejercicio se cargan a la cuenta de pérdidas y ganancias.

El Grupo amortiza el inmovilizado material siguiendo el método lineal mediante la aplicación de coeficientes de acuerdo con la vida útil estimada de los elementos que componen dicho inmovilizado.

Los años de vida útil estimada aplicados con carácter general han sido los siguientes:

	<u>Años de Vida Útil Estimada</u>
Edificios y otras construcciones	20 – 33
Instalaciones técnicas y maquinaria	7 – 10
Otro inmovilizado	5 – 7

En el epígrafe "Instalaciones técnicas y maquinaria" se incluye el valor asignado al Patrimonio Histórico-Artístico de Diario ABC, S.L., constituido por el archivo gráfico y documental y por una colección de cuadros y dibujos de artistas que han colaborado para las publicaciones de ABC y Blanco y Negro. En 1986, acogiéndose a la legislación vigente, se revalorizó su valor, siendo el valor asignado al mismo de 5.545 miles de euros.

En opinión de los especialistas consultados, dicho patrimonio histórico – artístico no experimenta una depreciación efectiva, por lo que no se amortiza, siendo su valor de mercado superior al importe registrado en balance.

El importe cargado a gastos durante los ejercicios 2005 y 2004 en concepto de amortización del inmovilizado material figura registrado en el epígrafe "Amortizaciones y depreciaciones" de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas adjuntas.

d) Deterioro de valor de activos

A la fecha de cierre de cada ejercicio, el Grupo analiza el valor de sus activos no corrientes para determinar si existe algún indicio de que dichos activos hayan sufrido una pérdida por deterioro de su valor. En caso de que exista algún indicio se realiza una estimación del importe recuperable de dicho activo para determinar el importe del saneamiento en el caso de que sea finalmente necesario. A tales efectos, si se trata de activos identificables que independientemente considerados no generan flujos de caja, el Grupo estima la recuperabilidad de la unidad generadora de efectivo a la que el activo pertenece.

El Grupo ha evaluado al 31 de diciembre de 2005 y 2004 si existen indicios del deterioro del valor de sus activos, estimando en su caso el importe recuperable del activo en cuestión, entendiendo como importe recuperable el mayor entre el valor de mercado minorado por el coste de su venta y el valor en uso. Las proyecciones de los flujos de efectivo utilizadas están basadas en hipótesis razonables y fundamentadas, que representan la mejor estimación de la gerencia, cubriendo los mismos un periodo de 5 años. Para los años posteriores se ha utilizado una tasa de crecimiento constante.

Las pérdidas por deterioro reconocidas en un activo en ejercicios anteriores son revertidas cuando se produce un cambio en las estimaciones sobre su importe recuperable, aumentando el valor del activo con el límite máximo del valor en libros que el activo hubiera tenido de no haberse realizado el saneamiento, salvo en el caso del saneamiento del fondo de comercio, que no es reversible.

De acuerdo a los cálculos anteriores, en los ejercicios 2005 y 2004 se ha registrado en concepto de deterioro del valor del fondo de comercio un gasto por importe de 362 y 2.950 miles de euros, respectivamente (Nota 8).

e) Arrendamientos financieros

El Grupo clasifica como arrendamientos financieros aquellos contratos de arrendamiento en los que el arrendador transmite sustancialmente al arrendatario todos los riesgos y beneficios de la propiedad del bien. El resto de arrendamientos se clasifica como arrendamientos operativos.

Los bienes adquiridos en régimen de arrendamiento financiero se registran en la categoría de activo no corriente que corresponda a su naturaleza y funcionalidad. Cada activo se amortiza en el periodo de su vida útil ya que el Grupo considera que no existen dudas de que se adquirirá la propiedad de dichos activos al finalizar el periodo de arrendamiento financiero. El valor por el que se registran es el menor entre el valor razonable del bien arrendado y el valor actual de los pagos futuros derivados de la operación de arrendamiento financiero. El epígrafe "Propiedad, planta y equipo" de los balances de situación consolidados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjuntos incluye 1.303 y 1.530 miles de euros, respectivamente, correspondientes a bienes en régimen de arrendamiento financiero.

Los gastos provocados por los arrendamientos operativos son imputados a la cuenta de pérdidas y ganancias durante la vida del contrato siguiendo el criterio de devengo.

f) Existencias

Las existencias, básicamente papel para la impresión de los correspondientes periódicos, se valoran al menor del precio de coste, siguiendo el método FIFO (primera entrada-primera salida) o el valor neto realizable. Los descuentos comerciales, las rebajas obtenidas y las partidas similares han sido deducidas del precio de adquisición.

El importe de las rebajas de valor reconocidas en el resultado del ejercicio se registra en el epígrafe "Variación de provisiones de tráfico y otras" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta.

g) Instrumentos financieros

Inversiones financieras

Los activos financieros se registran inicialmente a su coste de adquisición, incluyendo los costes inherentes a la operación.

El Grupo clasifica sus inversiones financieras, ya sean éstas corrientes o no corrientes, en las siguientes cuatro categorías:

- Activos financieros negociables. Dichos activos cumplen alguna de las siguientes características:
 - El Grupo espera obtener beneficios a corto plazo por la fluctuación de su precio.
 - Han sido incluidos en esta categoría de activos desde su reconocimiento inicial, siempre que o bien cotice en un mercado activo o bien su valor razonable pueda ser estimado con fiabilidad.

Los activos financieros incluidos en esta categoría figuran en el balance de situación consolidado a su valor razonable y las fluctuaciones de éste se registran en los epígrafes "Gastos financieros" e "Ingresos financieros" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada, según corresponda.

El Grupo incluye en esta categoría aquellos instrumentos derivados que no cumplen las condiciones necesarias para su consideración como de cobertura contable establecidas por la NIC 39 – Instrumentos Financieros.

El Grupo no dispone de ninguna inversión financiera de esta categoría ni al 31 de diciembre de 2005 ni al 31 de diciembre de 2004.

- Activos financieros a mantener hasta el vencimiento. Son aquellos cuyos cobros son de cuantía fija o determinada y cuyo vencimiento está fijado en el tiempo, y que el Grupo pretende conservar en su poder hasta la fecha de su vencimiento. Los activos incluidos en esta categoría se valoran a su "coste amortizado" reconociendo en la cuenta de resultados los intereses devengados en función de su tipo de interés efectivo y están sujetos a pruebas de deterioro de valor. Por coste amortizado se entiende el coste inicial menos los cobros del principal más o menos la amortización acumulada de la diferencia entre el importe inicial y el valor de reembolso, teniendo en cuenta potenciales reducciones por deterioro o impago. Por tipo de interés efectivo se entiende el tipo de actualización que, a la fecha de adquisición del activo, iguala exactamente el valor inicial de un instrumento financiero a la totalidad de sus flujos estimados de efectivo por todos los conceptos a lo largo de su vida remanente.

El Grupo no dispone de ninguna inversión financiera de esta categoría ni al 31 de diciembre de 2005 ni al 31 de diciembre de 2004.

- Préstamos y cuentas por cobrar. Son aquellos originados por las sociedades a cambio de suministrar efectivo, bienes o servicios directamente a un deudor. Los activos incluidos en esta categoría se valoran asimismo a su "coste amortizado" y están sujetos a pruebas de deterioro de valor.

El Grupo realiza un análisis sobre la solvencia de los clientes antes de otorgarles crédito. Por otro lado, realiza un seguimiento minucioso de las cuentas a cobrar para identificar los problemas de cobro, reduciendo el valor de las cuentas en caso de existir insolvencias.

- Activos financieros disponibles para la venta. Son todos aquellos que no entran dentro de las tres categorías anteriores, viniendo a corresponder casi en su totalidad a inversiones financieras en capital. Estas inversiones figuran en el balance de situación consolidado a su valor de mercado, que, en el caso de sociedades no cotizadas, se obtiene a través de métodos alternativos como la comparación con transacciones similares o, en caso de disponer de la suficiente

información, por la actualización de los flujos de caja esperados. Las variaciones de dicho valor de mercado se registran con cargo o abono al epígrafe "Patrimonio – Reservas" del balance de situación consolidado, hasta el momento en que se produce la enajenación de estas inversiones, en que el importe acumulado en este epígrafe referente a dichas inversiones es imputado íntegramente a la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada.

Aquellas inversiones financieras en capital de sociedades no cotizadas cuyo valor de mercado no puede ser medido de forma fiable son valoradas a coste de adquisición. Este procedimiento ha sido utilizado para todos los activos financieros disponibles para la venta al 31 de diciembre de 2005 y 2004.

La Dirección del Grupo determina la clasificación más apropiada para cada activo en el momento de su adquisición, revisándola al cierre de cada ejercicio.

Efectivo y otros medios líquidos equivalentes

Bajo este epígrafe del balance de situación consolidado se registra el efectivo en caja, depósitos a la vista y otras inversiones a corto plazo de alta liquidez que son rápidamente realizables en caja y que no tienen riesgo de cambios en su valor.

Obligaciones, bonos y deudas con entidades de crédito

Los préstamos, obligaciones y similares que devengan intereses se registran inicialmente por el efectivo recibido, neto de costes directos de emisión, en el epígrafe "Deuda financiera" del balance de situación consolidado. Los gastos financieros se contabilizan según el criterio del devengo en la cuenta de resultados utilizando el método del interés efectivo y se añaden al importe en libros del instrumento en la medida en que no se liquidan en el periodo en que se producen. Por otro lado, las cuentas a pagar derivadas de los contratos de arrendamiento financiero se registran por el valor actual de las cuotas de dichos contratos en dicho epígrafe.

h) Clasificación de activos y pasivos entre corrientes y no corrientes

En el balance de situación consolidado adjunto, los activos y pasivos se clasifican en función de sus vencimientos, es decir, como corrientes, aquellos con vencimiento igual o inferior a doce meses y como no corrientes los de vencimiento superior a dicho período.

i) Compromisos por pensiones y obligaciones similares

Al 31 de diciembre del 2005, el Grupo mantiene exteriorizados todos los compromisos por pensiones mantenidos con su personal, de conformidad con el Real Decreto 1588/1999, de 15 de octubre. Estos compromisos, tanto de prestación definida como de aportación definida, se detallan a continuación:

Prestación definida

Los principales compromisos de prestación definida asumidos por el Grupo consisten en complementar las pensiones de jubilación y/o viudedad de parte de su personal.

La cobertura de estos compromisos se formaliza mediante pólizas de seguro, de acuerdo con los estudios actuariales correspondientes, realizados en bases individuales y utilizando, entre otras hipótesis, un tipo de interés técnico entre el 3 y el 4,5%, tablas de mortalidad GRM/F - 95 y PERM/F2000P y una tasa de crecimiento de los salarios a largo plazo del 3%, aproximadamente.

Aportación definida

Los principales compromisos de aportación definida asumidos por el Grupo se detallan a continuación:

- Para el colectivo de directivos del Grupo aportar un importe fijo anual en función de categorías previamente definidas. Para cada ejercicio el Grupo se reserva la facultad de determinar si se van a realizar o no las aportaciones correspondientes. Este compromiso se instrumenta a través de una póliza de seguros.
- Para determinados trabajadores del Grupo, aportar a un plan de pensiones un porcentaje sobre el salario pensionable de cada empleado afectado. El personal incorporado con posterioridad a 9 de mayo de 2000 tiene un periodo de carencia para su incorporación voluntaria al plan de pensiones de 2 años.

Las reservas matemáticas afectas a estos compromisos al 31 de diciembre de 2005 y 2004 ascienden a 11.147 y 8.796 miles de euros, que en opinión de los Administradores supone un importe similar a los recursos que suponen las pólizas de seguro. La prima pagada en los ejercicios 2005 y 2004 por todos estos compromisos asciende a 2.569 y 2.202 miles de euros, respectivamente, y figura registrada en el epígrafe "Gastos de personal" de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas de los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas (Nota 27).

Por último, los convenios colectivos de determinadas sociedades del Grupo establecen la obligación de pago de determinadas gratificaciones en concepto de premio de permanencia a sus empleados cuando cumplan 20, 30 y 40 años de antigüedad en la sociedad. Al 31 de diciembre de 2005 y 2004 el Grupo mantiene registradas, en cobertura del pasivo devengado por este concepto, provisiones calculadas mediante criterios actuariales, por importes de 4.708 y 4.397 miles de euros, aproximadamente, incluida en el epígrafe "Provisiones" del pasivo del balance de situación consolidado adjunto (Nota 17). La dotación anual para cubrir estos compromisos se ha realizado con cargo al epígrafe "Gastos de personal" de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas de los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas por importes de 301 y 168 miles de euros (Nota 27).

j) Acciones propias en cartera

Las acciones propias del Grupo al cierre del ejercicio se registran a su coste de adquisición y figuran minorando el epígrafe "Patrimonio – Acciones propias en cartera" del balance de situación consolidado.

El número de acciones propias en poder de la Sociedad tanto al 31 de diciembre de 2004 como de 2005 asciende a 7.339 acciones, equivalente al 0,006% de su capital social.

k) Otras provisiones

Se diferencia entre:

- Provisiones: obligaciones presentes a la fecha del balance surgidas como consecuencia de sucesos pasados de los que pueden derivarse perjuicios patrimoniales para las entidades, concretos en cuanto a su naturaleza pero indeterminados en cuanto a su importe y/o momento de cancelación, y
- Pasivos contingentes: obligaciones posibles surgidas como consecuencia de sucesos pasados, cuya materialización está condicionada a que ocurra, o no, uno o más eventos futuros independientes de la voluntad de las sociedades consolidadas,

Las cuentas anuales consolidadas del Grupo recogen todas las provisiones significativas con respecto a asuntos en los cuales se estima que la probabilidad de que se tenga que atender la obligación es mayor que de lo contrario y su importe puede medirse con fiabilidad. Los pasivos contingentes no se reconocen en las cuentas anuales consolidadas, sino que se informa sobre los mismos.

Las provisiones -que se cuantifican teniendo en consideración la mejor información disponible sobre las consecuencias del suceso en el que traen su causa y son reestimadas con ocasión de cada cierre contable- se utilizan para afrontar las obligaciones específicas para las cuales fueron originalmente reconocidas; procediéndose a su reversión, total o parcial, cuando dichas obligaciones dejan de existir o disminuyen.

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004 no existen pasivos contingentes o provisiones no registradas de carácter significativo (Nota 17).

l) Subvenciones

Para la contabilización de las subvenciones recibidas, las Sociedades del Grupo siguen los criterios siguientes:

- Subvenciones de capital:

Se valoran por el importe concedido registrándose como ingresos diferidos y se imputan a resultados en proporción a la depreciación experimentada durante el ejercicio por los activos financiados por dichas subvenciones (Nota 20).

- Subvenciones de explotación:

Se registran como ingreso en el momento de su concesión. Durante los ejercicios 2005 y 2004, el Grupo ha imputado a resultados un importe de 1.294 y 833 miles de euros, respectivamente, con abono al epígrafe "Otros ingresos" de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas de los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas.

m) Reconocimiento de ingresos

Los ingresos se calculan al valor razonable de la contraprestación cobrada o a cobrar y representan los importes a cobrar por los bienes entregados y los servicios prestados en el marco ordinario de la actividad, menos descuentos, IVA y otros impuestos relacionados con las ventas.

Las ventas de bienes se reconocen cuando se han transferido sustancialmente todos los riesgos y ventajas inherentes a los mismos.

Los ingresos por intereses se devengan siguiendo un criterio temporal, en función del principal pendiente de pago y el tipo de interés efectivo aplicable, que es el tipo que descuenta exactamente los flujos futuros en efectivo estimados a lo largo de la vida prevista del activo financiero al importe en libros neto de dicho activo.

Los ingresos por dividendos procedentes de inversiones se reconocen cuando los derechos de los accionistas a recibir el pago han sido establecidos.

n) Reconocimiento de gastos

Los gastos se reconocen en la cuenta de resultados cuando tiene lugar una disminución en los beneficios económicos futuros relacionados con una reducción de un activo, o un incremento de un pasivo, que se puede medir de forma fiable. Esto implica que el registro de un gasto tiene lugar de forma simultánea al registro del incremento del pasivo o la reducción del activo.

Se reconoce un gasto de forma inmediata cuando un desembolso no genera beneficios económicos futuros o cuando no cumple los requisitos necesarios para su registro como activo.

Asimismo se reconoce un gasto cuando se incurre en un pasivo y no se registra activo alguno, como puede ser un pasivo por una garantía.

ñ) Descuentos por volumen

Las Sociedades del Grupo conceden descuentos por volumen a sus clientes, básicamente agencias de publicidad, en función de las ventas realizadas, periodificándose al cierre de cada ejercicio y en base a su devengo los gastos correspondientes.

La cuenta a pagar derivada de los mencionados rappels figura registrada en el epígrafe "Pasivos corrientes - Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar" del pasivo del balance de situación consolidado adjunto. El importe del rappel que es objeto de compensación con las cuentas a cobrar mantenidas con las correspondientes agencias de publicidad se presenta minorando, en consecuencia, el saldo de la cuenta "Activos corrientes – Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" del balance de situación consolidado adjunto (Nota 14).

o) Impuesto sobre Sociedades

La contabilización del gasto por Impuesto sobre Sociedades se realiza por el método del pasivo basado en el balance general. Este método consiste en la determinación de los impuestos anticipados y diferidos en función de las diferencias entre el valor en libros de los activos y pasivos y su base fiscal, utilizando las tasas fiscales que se espera objetivamente que estén en vigor cuando los activos y pasivos se realicen. Los impuestos diferidos activos y pasivos originados por cargos o abonos directos en cuentas de patrimonio se contabilizan también con cargo o abono a patrimonio.

El Grupo procede al reconocimiento de activos por impuestos diferidos siempre y cuando espere disponer de ganancias fiscales futuras contra las que poder recuperar dichos activos.

Las deducciones de la cuota para evitar la doble imposición y por incentivos fiscales, y las bonificaciones del Impuesto sobre Sociedades originadas por hechos económicos acontecidos en el ejercicio, minoran el gasto devengado por Impuesto sobre Sociedades, salvo que existan dudas sobre su realización.

p) Beneficios por acción

El beneficio básico por acción se calcula como el cociente entre el beneficio neto del periodo y el número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante dicho periodo, sin incluir el número medio de acciones de Vocento, S.A. en cartera.

Por su parte, el beneficio por acción diluido se calcula como el cociente entre el resultado neto del periodo y el número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el periodo, ajustado por el promedio ponderado de las acciones ordinarias que serían emitidas si se convirtieran todas las acciones ordinarias potenciales en acciones ordinarias de la sociedad. A estos efectos se considera que la conversión tiene lugar al comienzo del periodo o en el momento de la emisión de las acciones ordinarias potenciales, si éstas se hubiesen puesto en circulación durante el propio periodo.

En el caso de las cuentas anuales consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005, el beneficio básico por acción coincide con el diluido, dado que no han existido acciones potenciales en circulación durante dicho ejercicio (Nota 32).

q) Dividendos

El dividendo a cuenta aprobado por el Consejo de Administración durante el ejercicio 2005 figura minorando los fondos propios del Grupo. Sin embargo, el dividendo complementario propuesto por el Consejo de Administración de Vocento, S.A. a su Junta General de Accionistas no es deducido de los fondos propios hasta que sea aprobado por ésta.

r) Transacciones en moneda extranjera

La moneda funcional del Grupo es el euro. Consecuentemente, las operaciones en otras divisas distintas del euro se consideran denominadas en "moneda extranjera" y se registran según los tipos de cambio vigentes en las fechas de las operaciones.

En la fecha de cada balance de situación, los activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras se convierten según los tipos vigentes en la fecha del balance de situación. Los beneficios o pérdidas puestos de manifiesto se imputarán directamente a la cuenta de pérdidas y ganancias.

En la consolidación, los activos y pasivos de las operaciones en el extranjero del Grupo se convierten según los tipos de cambio vigentes en la fecha del balance de situación. Las partidas de ingresos y gastos se convierten según los tipos de cambio medios del periodo, a menos que éstos fluctúen de forma significativa. Las diferencias de conversión que surjan, en su caso, se clasifican como patrimonio neto. Dichas diferencias de conversión se reconocen como ingresos o gastos en el periodo en que se realiza o enajena la inversión.

s) Estados de flujos de efectivo consolidados

En los estados de flujos de efectivo consolidados, se utilizan las siguientes expresiones en los siguientes sentidos:

- Flujos de efectivo: variación del epígrafe "Activos corrientes – Efectivo y otros medios equivalentes".
- Actividades de explotación: actividades típicas de la entidad, así como otras actividades que no pueden ser calificadas como de inversión o de financiación incluidos el impuesto sobre beneficios y resto de tributos.
- Actividades de inversión: las de adquisición, enajenación o disposición por otros medios de activos a largo plazo y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.

- Actividades de financiación: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio neto y de los pasivos que no forman parte de las actividades de explotación.

6. Uso de estimaciones

En las cuentas anuales consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio 2005 se han utilizado ocasionalmente estimaciones realizadas por la Alta Dirección del Grupo y de las sociedades consolidadas - ratificadas posteriormente por su Administradores - para cuantificar algunos de los activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ellas. Básicamente, estas estimaciones se refieren a:

- Las pérdidas por deterioro de determinados activos: El principal riesgo de deterioro de activos del Grupo se refiere a los fondos de comercio adquiridos en combinaciones de negocio (Nota 8).
- Las hipótesis empleadas en el cálculo actuarial de los pasivos y compromisos por retribuciones post-empleo (Notas 5.i y 17)
- La vida útil de la propiedad, planta y equipo y otros activos intangibles (Notas 9 y 10)
- Provisiones (Nota 17)

A pesar de que estas estimaciones se realizaron en función de la mejor información disponible al 31 de diciembre de 2005 sobre los hechos analizados, es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas (al alza o a la baja) en próximos ejercicios; lo que se haría, conforme a lo establecido en la NIC 8, de forma prospectiva reconociendo los efectos del cambio de estimación en las correspondientes cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas.

No se han producido en los ejercicios 2005 y 2004 efectos significativos adicionales a lo señalado en la Nota 17 por cambio en estimaciones.

7. Política de gestión del riesgo

Los posibles riesgos relacionados con los instrumentos financieros utilizados por el Grupo y la información relativa a los mismos se detallan a continuación:

- Riesgo de tipo de cambio

El Grupo mantiene inversiones en Argentina a través de su participación en CIMECO cuya moneda funcional es el peso argentino.

- Riesgo de tipo de interés

Las variaciones en los tipos de interés modifican el valor razonable de aquellos activos y pasivos que devengan un tipo de interés fijo así como los flujos futuros de los activos y pasivos referenciados a un tipo de interés variable.

El objetivo de la gestión de tipos de interés es alcanzar un equilibrio en la estructura de la deuda que permita minimizar los mencionados riesgos y que minimice el coste de la deuda.

La estructura de las deudas por préstamos y créditos con entidades de crédito al 31 de diciembre de 2005 y 2004, diferenciando entre deuda referenciada a tipo de interés fijo y tipo de interés variable, es la siguiente:

	Miles de Euros	
	2005 (*)	2004 (*)
Tipo de interés fijo	646	928
Tipo de interés variable	58.292	24.233
Total (Nota 19)	58.938	25.161

(*) No se incluyen los intereses.

Por otra parte, la composición de los depósitos bancarios es la siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Tipo de interés fijo	3.215	6.250
Tipo de interés variable	157.234	80.278
Total (Nota 15)	160.449	86.528

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004 el Grupo no dispone de instrumentos de cobertura ante variaciones de los tipos de interés.

- Riesgo de crédito

El Grupo, dada su actividad, mantiene saldos con un número muy significativo de clientes (Nota 14). Además del análisis explicado en la nota 5.g., determinadas sociedades del Grupo cubren el riesgo de crédito manteniendo seguros de crédito para la reducción del riesgo de insolvencias. Por este motivo, los Administradores consideran que no existe riesgo de que se puedan producir insolvencias significativas correspondientes a las cuentas a cobrar al 31 de diciembre de 2005 y 2004 no registradas.

- Riesgo de liquidez

El Grupo mantiene una política de liquidez que combina su situación excedentaria de tesorería con la obtención de facilidades crediticias, en función de sus necesidades de tesorería previstas, y de la situación de los mercados de deuda y de capitales.

8. Fondo de comercio

El movimiento habido en este epígrafe del balance de situación consolidado en los ejercicios 2005 y 2004 ha sido el siguiente:

Miles de Euros

	Saldo al 01.01.04	Adiciones (Nota 2.c)	Saneamiento	Saldo al 31.12.04	Adiciones (Nota 2.c)	Saneamiento	Saldo al 31.12.05
ABC							
Pabellón de México, S.L.	1.879	245	(950)	1.174	-	-	1.174
Multimedia Regional							
Taller de Editores, S.A.	4.225	-	-	4.225	-	-	4.225
Corporación de Medios de Murcia, S.A.	2.349	-	-	2.349	-	-	2.349
Corporación de Medios de Andalucía, S.A.	2.043	-	-	2.043	-	-	2.043
Corporación de Medios de Extremadura, S.A.	1.005	-	-	1.005	-	-	1.005
Moper Visión, S.L.	1.044	-	(403)	641	-	-	641
El Norte de Castilla, S.A.	1.964	-	-	1.964	-	-	1.964
Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	3.347	-	-	3.347	-	-	3.347
Otros	-	367	-	367	209	(362)	214
Distribuidora							
Distribución de Prensa por Rutas, S.A.	-	159	-	159	-	-	159
Audiovisuales							
Radio Publi, S.L.	-	4.386	-	4.386	-	-	4.386
Grupo Europroducciones, S.A.	-	18.503	-	18.503	-	-	18.503
Radio Utrera La Voz de la Campiña, S.L.U.	-	625	-	625	-	-	625
BocaBoca Producciones, S.L.	-	-	-	-	9.892	-	9.892
Otras							
Sarenet, S.A.	828	-	-	828	-	-	828
Comunicaset, S.L.	-	-	-	-	693	-	693
Avista Televisió de Barcelona, S.L.	-	-	-	-	3.221	-	3.221
Sociedad Vascongada de Producciones, S.L.U.	-	1.597	(1.597)	-	-	-	-
Otros	448	-	-	448	-	-	448
Total bruto	19.132	25.882	(2.950)	42.064	14.015	(362)	55.717

9. Otros activos intangibles

El movimiento habido en este epígrafe del balance de situación consolidado en los ejercicios 2005 y 2004 ha sido el siguiente:

Miles de Euros

	Saldo al 01.01.04	Cambio en el perímetro consolidación (Nota 2.c)	Adiciones y dotaciones	Aumento (disminución) por transferencia o traspaso	Salidas, bajas o reducciones	Saldo al 31.12.04	Cambio en el perímetro consolidación (Nota 2.c)	Adiciones y dotaciones	Aumento (disminución) por transferencia o traspaso	Salidas, bajas o reducciones	Saldo al 31.12.05
COSTE:											
Propiedad Industrial	8.744	204	331	318	(26)	9.571	475	376	(401)	(204)	9.817
Aplicaciones Informáticas	26.625	266	1.271	(234)	(257)	27.671	6	3.180	66	(1.085)	29.838
Guiones y proyectos	-	-	271	-	-	271	1.598	378	756	-	3.003
Producciones cinematográficas	-	3.503	410	(48)	-	3.865	22.838	259	3.002	(761)	29.203
Producciones cinematográficas en curso	-	600	375	(308)	-	667	2.881	1.047	(3.357)	-	1.238
Anticipos para Inmovilizaciones inmateriales en curso	46	520	3	(209)	-	360	-	1.588	(66)	-	1.882
Total coste	35.415	5.093	2.661	(481)	(283)	42.405	27.798	6.828	-	(2.050)	74.981
AMORTIZACION ACUMULADA Y PROVISIONES:											
Propiedad Industrial	(7.068)	(1.359)	(627)	1.387	26	(7.641)	(458)	(907)	621	140	(8.245)
Aplicaciones Informáticas	(22.653)	(197)	(2.712)	183	126	(25.253)	(6)	(1.575)	-	1.079	(25.755)
Guiones y Proyectos	-	-	-	-	-	-	(1.114)	(224)	(342)	-	(1.680)
Producciones Cinematográficas	-	(501)	(334)	(1.382)	-	(2.217)	(18.821)	(1.538)	(672)	-	(23.248)
Deterioros / Recuperación de deterioros de otros activos intangibles	-	(613)	99	-	-	(514)	(621)	206	(354)	248	(1.035)
Total amortización acumulada y provisiones	(29.721)	(2.670)	(3.574)	188	152	(35.625)	(21.020)	(4.038)	(747)	1.467	(59.963)
Total coste neto	5.694	2.423	(913)	(293)	(131)	6.780	6.778	2.790	(747)	(583)	15.018

El importe de los otros activos intangibles en explotación totalmente amortizados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 asciende a 43.822 y 38.059 miles de euros, respectivamente.

10. Propiedad, planta y equipo

El movimiento habido en este epígrafe del balance de situación consolidado en los ejercicios 2005 y 2004 ha sido el siguiente:

Miles de Euros

	Saldo al 01.01.04	Cambio en el perímetro consolidación (Nota 2.c)	Adiciones y dotaciones	Aumento (disminución) por transferencia o traspaso	Salidas, bajas o reducciones	Saldo al 31.12.04	Cambio en el perímetro consolidación (Nota 2.c)	Adiciones y dotaciones	Aumento (disminución) por transferencia o traspaso	Salidas, bajas o reducciones	Saldo al 31.12.05
COSTE:											
Terrenos, edificios y otras construcciones	107.081	9.151	2.436	-	(376)	118.292	567	-	120	(1.818)	117.161
Instalaciones técnicas y maquinaria	236.616	4.086	8.514	(11.968)	(1.012)	236.236	835	4.335	888	(4.716)	237.578
Otro inmovilizado	84.029	1.748	3.275	13.177	(1.364)	100.865	1.678	7.616	(443)	(6.703)	103.013
Anticipos e inmovilizaciones materiales en curso	778	-	994	(868)	(306)	598	4	1.261	(565)	(5)	1.293
Total coste	428.504	14.985	15.219	341	(3.058)	455.991	3.084	13.212	-	(13.242)	459.045
AMORTIZACION ACUMULADA:											
Edificios y otras construcciones	(28.160)	(1.121)	(2.449)	(364)	-	(32.094)	(402)	(3.477)	404	1.113	(34.456)
Instalaciones técnicas y maquinaria	(134.781)	(2.769)	(19.305)	8.893	434	(147.528)	(621)	(14.196)	(54)	4.623	(157.776)
Otro inmovilizado	(55.836)	(964)	(4.184)	(8.398)	1.117	(68.265)	(965)	(6.237)	(578)	6.580	(69.465)
Total	(218.777)	(4.854)	(25.938)	131	1.551	(247.887)	(1.988)	(23.910)	(228)	12.316	(261.697)
Total coste neto	209.727	10.131	(10.719)	472	(1.507)	208.104	1.096	(10.698)	(228)	(926)	197.348

(*) El importe de los anticipos a cuenta al 31 de diciembre de 2005 y 2004 asciende a 1.293 y 598 miles de euros, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2005, la Sociedad cuenta con diversos elementos que son objeto de arrendamiento financiero y que están clasificados en función de su naturaleza. La información relativa a los pagos mínimos por dichos contratos al 31 de diciembre de 2005 es la siguiente:

	Miles de Euros
2006	339
2007 en adelante	414
Total cuotas a pagar	753
Coste financiero	18
Valor actual de las cuotas	735
	753

El importe de los elementos de propiedad, planta y equipo en explotación totalmente amortizados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 asciende a 118.773 y 126.331 miles de euros, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2005 las diferentes compañías del Grupo no mantienen compromisos de inversión significativos.

El Grupo tiene formalizadas pólizas de seguros para cubrir los posibles riesgos a que están sujetos los diversos elementos de su inmovilizado material, así como las posibles reclamaciones que se le puedan presentar por el ejercicio de su actividad, entendiéndose que dichas pólizas cubren de manera suficiente los riesgos a los que están sometidos.

11. Participaciones valoradas por el método de participación

El movimiento en los ejercicios 2005 y 2004 del valor contable de las participaciones registradas por el método de la participación de las sociedades del Grupo (véase Anexo a esta memoria) es el siguiente:

Miles de Euros

	Saldo al 01.01.04	Adiciones (Retiros) incluidas las variaciones en el perímetro consolidación (Nota 2.c)	Incorporación de los resultados del ejercicio	Dividendos cobrados	Otros movimientos	Saldo al 31.12.04	Adiciones (Retiros) incluidas las variaciones en el perímetro consolidación (Nota 2.c)	Incorporación de los resultados del ejercicio	Dividendos cobrados	Otros movimientos	Saldo al 31.12.05
Multimedia Regional											
Federico Doménech, S.A. (Nota 39)	27.004	-	1.918	(1.051)	(56)	27.815	-	1.750	(1.324)	-	28.241
Prisma Publicaciones 2002, S.L.	1.108	-	98	-	(25)	1.181	-	(15)	-	66	1.232
Gala Ediciones, S.L.	-	2.900	(2.590)	-	-	310	3.900	(3.497)	-	-	713
Producciones Antares Media, S.L.	-	720	-	-	-	720	-	(33)	-	-	687
Distribuidora											
Distribuciones Papiro, S.L.	153	(3)	163	(159)	(8)	146	-	166	(156)	-	156
Cirpress, S.L.	41	(7)	171	(93)	4	116	-	172	(121)	-	167
Distrimedios, S.A.	1.951	-	615	(596)	46	2.016	-	834	(884)	-	1.966
Val Disme, S.L.	2.093	-	511	(552)	28	2.080	-	449	(474)	-	2.055
Audiovisuales											
Gestevisión Telecinco, S.A. y filiales	75.484	-	28.069	(32.500)	-	71.053	-	37.743	(22.445)	-	86.351
Árbol Producciones, S.A. y filiales	16.218	2.774	2.347	(701)	(75)	20.563	(20.462)	892	(997)	4	-
Bocaboca Producciones, S.L.	373	-	(90)	-	-	283	(426)	143	-	-	-
Grupo Europroducciones, S.A.	16.779	(16.384)	158	(553)	-	-	-	-	-	-	-
Grupo Videomedia, S.A.	-	-	-	-	-	-	10.717	301	-	-	11.018
Otras											
CIMECO (Nota 17)	-	1.798	203	-	(2.001)	-	-	1.490	-	-	1.490
Mediasal 2000, S.A.	1.326	(947)	52	(431)	-	-	-	-	-	-	-
Localprint, S.L.	-	-	-	-	-	-	2.500	-	-	-	2.500
Rotok Industria Gráfica, S.A.	1.008	-	236	-	(1)	1.243	-	52	-	-	1.295
Victor Steinberg y Asoc., S.L.	-	-	-	-	-	-	215	-	-	-	215
Otras participaciones	1.249	(1.022)	(227)	-	-	-	(41)	-	-	-	(41)
	144.787	(10.171)	31.634	(36.636)	(2.088)	127.526	(3.597)	40.447	(26.401)	70	138.045

Las principales operaciones realizadas por el Grupo en relación con sus sociedades participadas han sido las siguientes:

Ejercicio 2005

- En junio de 2005, el Grupo ha vendido la totalidad de la participación que mantenía en el capital social de Árbol Producciones, S.A., representativa de un 24% del mismo. El importe de dicha venta ha ascendido a 36.001 miles de euros, por lo que el Grupo ha registrado un ingreso de 15.539 miles de euros en el epígrafe "Resultado neto en enajenación de activos no corrientes" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta (Nota 31).
- En octubre de 2005, el Grupo ha adquirido 2.433 acciones que representan un 30,01% del capital social de Grupo Videomedia, S.A., sociedad cabecera del Grupo Videomedia, por un importe de 10.717 miles de euros, lo que teniendo en cuenta el valor de mercado a dicha fecha de los activos y pasivos de dicha sociedad, supone un fondo de comercio por importe de 7.907 miles de euros, aproximadamente. De acuerdo con el contrato de compra de esta participación, en octubre de 2007 se procederá a ajustar el precio inicial pagado por la misma, que dependerá de la diferencia entre los resultados reales y estimados en los ejercicios 2005 y 2006. No se ha registrado ningún importe por dichos ajustes al considerar los Administradores que no será significativo. Adicionalmente, en el citado contrato se establece una cláusula para la compra de un 30,01% adicional en octubre de 2007; en caso de ser rechazada por parte del vendedor, éste deberá recomprar la participación adquirida por la Sociedad en 2005.

Ejercicio 2004

Durante los ejercicios 2003 y 2004, CIMECO alcanzó sendos acuerdos con Banco Francés y Bank Boston, respectivamente, por los cuales se cancelaron las obligaciones por los préstamos con estas entidades financieras. De esta manera, el Grupo revirtió y reclasificó al epígrafe "Activos no corrientes – Participaciones valoradas por el método de participación" provisiones para riesgos y gastos por importes de 1.683 y 2.001 miles de euros respectivamente, manteniendo el Grupo al 31 de diciembre de 2005 y 2004 una provisión de 969 miles de euros, para cubrir razonablemente las necesidades adicionales de CIMECO (Nota 17).

En enero de 2004, el Grupo adquirió el 4% del capital social de Árbol Producciones, S.A. por un importe de 2.774 miles de euros.

En el mes de abril, el Grupo constituyó la sociedad Gala Ediciones, S.L junto con otros accionistas al 50%, con el objetivo de desarrollar una nueva revista con la marca "Gala".

Por último, durante el mes de mayo, el Grupo procedió a la venta de su participación del 34,66% en Mediasal 2000, S.A. El beneficio obtenido por dicha operación ascendió a 2.962 miles de euros, aproximadamente, que figura registrado en el epígrafe "Resultado neto en enajenación de activos no corrientes" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada adjunta (Nota 31).

12. Activos financieros

a) Cartera de valores no corrientes

El valor en libros de las participaciones más representativas de la cartera de valores a largo plazo al 31 de diciembre de 2005 y 2004 es como sigue:

Miles de Euros

Sociedad	31.12.05	31.12.04	% de participación al 31.12.05	% de participación al 31.12.04
Radio Popular, S.A. Cadena de Ondas Populares Españolas (1)	1.051	2.008	1,80%	4%
El Mundo Deportivo, S.A. (1)	1.130	1.380	10%	10%
Televisión Castilla y León, S.A. (1)	1.038	1.565	4,9 %	6,12%
Val Telecomunicaciones, S.L. (2)	2.231	2.231	2,14 %	2,14 %
Otras inversiones (1)	889	539		
Total	6.339	7.723		

(1) Los Administradores consideran que el valor razonable de estas participaciones coincide con su valor teórico contable.

(2) Los Administradores consideran que el valor razonable de esta participación es superior a su coste, pero dado que no disponen de una estimación fiable sobre el mismo se valora a su valor de coste.

b) Otras inversiones financieras no corrientes

El desglose del saldo de este capítulo de los balances de situación consolidados, atendiendo a la naturaleza de las operaciones, es el siguiente:

	2005	2004
Depósitos y fianzas constituidos a largo plazo	2.059	853
Total	2.059	853

13. Existencias

La composición de este epígrafe del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjunto es la siguiente:

	2005	2004
Materias primas	17.779	11.825
Otras materias primas	524	529
Repuestos	2.856	2.893
Derechos audiovisuales de programas	992	162
Mercaderías y productos terminados	851	1.129
Otras existencias	779	610
Anticipo a proveedores	244	569
Total	24.025	17.717

Los impactos en las cuentas de pérdidas y ganancias de los ejercicios 2005 y 2004 como consecuencia de los ajustes realizados para reducir el coste de las existencias a su valor neto de realización han sido sendos cargos al epígrafe "Variación de provisiones de tráfico y otras" por importes de (4) y 371 miles de euros.

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004, no existen existencias entregadas en garantía del cumplimiento de deudas ni de compromisos contraídos con terceras partes.

14. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar

La composición del saldo del epígrafe "Activos corrientes – Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" del activo de los balances de situación consolidados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjuntos es la siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Clientes por ventas y prestación de servicios	138.078	118.389
Efectos a cobrar	8.758	6.629
Menos- "Descuento por volumen sobre ventas"	(9.694)	(10.698)
Cuentas a cobrar a empresas vinculadas (Nota 33)	8.308	7.126
Otros deudores	9.407	7.735
	154.857	129.181

Todos estos saldos tienen vencimiento inferior a 12 meses y no devengan interés alguno, por lo que el valor de realización no difiere significativamente de su valor en libros.

15. Efectivo y otros medios equivalentes

La composición del epígrafe "Activos corrientes – Efectivo y otros medios equivalentes" del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjunto es la siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Otros créditos a corto plazo	1.480	1.540
Imposiciones y depósitos a corto plazo	160.686	86.528
Tesorería	125.333	146.342
	287.499	234.410

Este epígrafe incluye la tesorería del Grupo y depósitos bancarios a corto plazo con un vencimiento inicial de tres meses o un plazo inferior. Las cuentas bancarias se encuentran remuneradas a tipo de mercado. No existen restricciones a la libre disponibilidad de dichos saldos.

El importe en libros de estos activos se aproxima a su valor razonable.

16. Patrimonio

Capital suscrito

Al 31 de diciembre de 2005 el capital social de la Sociedad Dominante, que asciende a 24.994 miles de euros está formalizado en 124.970.306 acciones representadas mediante anotaciones en cuenta de 0,2 euros de valor nominal cada una, totalmente suscritas y desembolsadas.

Al 31 de diciembre es Mezouna, S.A., con un porcentaje de participación del 11,153%, el único accionista con participación en el capital igual o superior al 10%.

Prima de emisión

El Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas permite expresamente la utilización del saldo de la prima de emisión para ampliar capital y no establece restricción específica alguna en cuanto a la disponibilidad de dicho saldo.

Reserva legal

De acuerdo con el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, debe destinarse una cifra igual al 10% del beneficio del ejercicio a la reserva legal hasta que ésta alcance, al menos, el 20% del capital social. La reserva legal podrá utilizarse para aumentar el capital en la parte de su saldo que exceda del 10% del capital ya aumentado. Salvo para la finalidad mencionada anteriormente, y mientras no supere el 20% del capital social, esta reserva sólo podrá destinarse a la compensación de pérdidas y siempre que no existan otras reservas disponibles suficientes para este fin.

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004 esta reserva se encontraba dotada en su totalidad de acuerdo con la legislación vigente descrita. El importe de las reservas restringidas para los ejercicios 2005 y 2004 asciende a 67.213 y 68.929 miles de euros, respectivamente.

Reserva para acciones propias

De acuerdo con el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, la Sociedad Dominante mantiene constituida una reserva indisponible equivalente al coste de adquisición de las acciones propias en cartera. Esta reserva será de libre disposición cuando desaparezcan las circunstancias que han obligado a su constitución.

Dividendos

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante acordó distribuir con fecha 24 de noviembre de 2005 un dividendo a cuenta, por importe de 8.000 miles de euros que se encuentra pendiente de pago al 31 de diciembre de 2005. Este dividendo figura contabilizado en el epígrafe "Patrimonio - Dividendo a cuenta" del pasivo del balance de situación al 31 de diciembre de 2005 adjunto.

Asimismo, la Sociedad cumplía en dichas fechas los requisitos exigidos en el artículo 194 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, para la distribución de dichos dividendos al mantener reservas disponibles suficientes en relación con los gastos no amortizados a los que se refiere el citado artículo.

	Miles de Euros
<u>Primer Dividendo a Cuenta</u>	<u>31.10.05</u>
Beneficio antes de impuestos	33.625
Provisión Impuesto sobre Sociedades	7.413
<u>Beneficio distribuible</u>	<u>41.038</u>

	Miles de Euros
<u>Liquidez</u>	<u>31.10.05</u>
Tesorería	7.346
Inversiones financieras temporales	37.800
Cuenta corriente empresas Grupo	207.713
<u>Liquidez disponible</u>	<u>252.859</u>

Patrimonio de accionistas minoritarios

Las principales operaciones realizadas durante los ejercicios 2005 y 2004 que han afectado al patrimonio de los accionistas minoritarios son las siguientes:

Ejercicio 2005

- En julio de 2005, el Grupo ha adquirido una participación adicional equivalente al 11,77% del capital social de Editorial Cantabria, S.A. por un importe de 19.758 miles de euros. La plusvalía pagada sobre el valor teórico contable de la participación adquirida se ha registrado con cargo a reservas por importe de 18.228 miles de euros.

Ejercicio 2004

- En el mes de febrero, el Grupo constituyó la sociedad Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión, S.L. Posteriormente, en el mes de agosto se da entrada a nuevos socios mediante una aportación dineraria de 13.588 miles de euros equivalente a un 15% del capital social. La plusvalía obtenida, neta de efectos fiscales, derivada de la reducción de la participación se ha registrado con abono a reservas por importe de 3.640 miles de euros.
- En el mes de julio, el Grupo adquirió parte del capital de Radio Publi, S.L. mediante una ampliación de capital suscrita íntegramente. Posteriormente, en el mes de noviembre se dio entrada a nuevos socios mediante una aportación dineraria de 3.606 miles de euros pasando la participación al 63,66%. La plusvalía obtenida, neta de efectos fiscales, derivada de la reducción de la participación se ha registrado con abono a reservas por importe de 644 miles de euros.

Distribución del resultado

La propuesta de distribución del beneficio neto del ejercicio 2005 que el Consejo de Administración de la Sociedad Dominante propondrá a la Junta General de Accionistas para su aprobación es la siguiente:

	Miles de Euros
Base de reparto:	
Resultado del ejercicio	40.338
Distribución de resultados:	
A reservas voluntarias	15.338
A dividendo complementario	17.000
Dividendo a cuenta	8.000
	40.338

17. Provisiones

La composición de este capítulo de los balances de situación consolidados adjuntos, así como el movimiento durante los ejercicios 2005 y 2004, se indican a continuación:

	Miles de Euros											
	Saldo al 01.01.04	Variaciones del perímetro (Nota 2.c)	Dotaciones	Reversiones	Aplicaciones	Traspos	Saldo al 31.12.04	Variaciones del perímetro (Nota 2.c)	Dotaciones	Reversiones	Aplicaciones	Saldo al 31.12.05
Provisiones para pensiones (Nota 5.i)	4.316	-	291	(12)	(200)	2	4.397	-	426	(115)	-	4.708
Saneamiento CIMECO	4.653	-	-	(1.683)	(2.001)	-	969	-	-	-	-	969
Avales Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A. (Nota 4)	-	-	4.335	-	-	-	4.335	-	584	-	(61)	4.858
Provisiones para litigios y similares	22.221	376	4.322	(1.525)	(139)	(281)	24.974	133	2.283	(7.457)	(171)	19.762
	31.190	376	8.948	(3.220)	(2.340)	(279)	34.675	133	3.293	(7.572)	(232)	30.297

El Grupo realiza una estimación de la valoración de los pasivos generados por litigios y similares. Aunque el Grupo estima que la salida de flujos se realizará en los próximos ejercicios, no puede prever la fecha de finalización de los litigios por lo que no realiza estimaciones de las fechas concretas de las salidas de flujos considerando que el valor del efecto de una posible actualización no sería significativo.

18. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar

El desglose de este epígrafe de los balances de situación consolidados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjuntos es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Acreedores comerciales		
Empresas vinculadas acreedoras (Nota 33)	3.033	2.341
Acreedores comerciales	66.979	54.453
Facturas pendientes de recibir	26.248	31.122
Proveedores comerciales efectos comerciales	7.156	10.334
Otros acreedores y rappel	(2.168)	(1.530)
	101.248	96.720
Otras cuentas a pagar corrientes		
Participación en beneficios del Consejo de Administración de Vocento, S.A. (Nota 34)	2.441	2.252
Remuneraciones pendientes de pago	21.862	21.395
Proveedores de propiedad, planta y equipo	2.686	1.698
Pagos pendientes pensiones (Nota 21)	3.674	3.892
Seguro Colectivo (Nota 21)	4.767	4.767
Ajustes por periodificación	7.659	5.366
Dividendo activo a pagar	8.946	7.954
Otros	11.928	4.320
	63.963	51.644
	165.211	148.364

19. Deuda financiera

Los saldos de deudas con entidades de crédito al 31 de diciembre de 2005 y 2004, así como los vencimientos previstos en concepto de amortización, son los siguientes:

Miles de Euros

	Saldo al		Vencimientos					Total Largo plazo
			Corriente		No corriente			
			31.12.04	31.12.05	2006	2007	2008	
Deudas por préstamos y créditos	25.200	58.938	7.361	25.995	17.181	8.401	-	51.577
Deudas por operaciones de arrendamiento financiero	731	735	339	300	51	26	19	396
Intereses devengados pendientes de pago	1.133	107	107	-	-	-	-	-
TOTAL	27.064	59.780	7.807	26.295	17.232	8.427	19	51.973

Al 31 de diciembre de 2005, las sociedades del Grupo tenían dispuesto en cuentas de crédito concedidas por entidades financieras un importe de 54.444 miles de euros, aproximadamente. El importe disponible a la fecha de cierre asciende a 405.887 miles de euros.

El tipo de interés anual medio de los ejercicios 2005 y 2004 para los préstamos y créditos así como el correspondiente a las deudas por operaciones de arrendamiento financiero ha sido el EURIBOR más el siguiente diferencial:

	2005	2004
Préstamos y créditos	0,6% - 0,3%	0,6% - 0,3%
Deudas por arrendamiento financiero	2% - 0,6%	2% - 0,75%

Los Administradores estiman que el valor de mercado de las deudas con entidades de crédito al 31 de diciembre de 2005 y 2004 calculado mediante el descuento de los flujos de caja futuros a los tipos de interés de mercado asciende a 56.725 y 24.736 miles de euros respectiva y aproximadamente. La sensibilidad de los mencionados valores de mercado ante fluctuaciones de los tipos de interés es la siguiente:

Miles de Euros

	Variación de los tipos de interés			
	2005		2004	
	+ 0,25%	- 0,25%	+ 0,25%	- 0,25%
Variación en el valor de la Deuda	(264)	266	(185)	187

20. Ingresos diferidos

El movimiento de este epígrafe del pasivo del balance de situación al 31 de diciembre de 2005 y 2004 se muestra a continuación:

	Miles de Euros
	Subvenciones de capital
Saldo al 1 de enero de 2004	3.564
Entradas perímetro (Nota 5.I)	831
Adiciones	4
Aplicación al resultado	(428)
Saldo al 31 de diciembre de 2004	3.971
Adiciones	21
Aplicación al resultado	(719)
Saldo al 31 de diciembre de 2005	3.273

21. Otras cuentas a pagar no corrientes

La composición de este epígrafe al 31 de diciembre de 2005 y 2004 es la siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Seguro Colectivo	16.084	17.295
Plan de pensiones	27.326	30.474
Indemnizaciones pendientes de pago	1.706	1.803
Desarrollo proyectos tecnológicos	2.533	3.642
Otras deudas	4.209	2.048
	51.858	55.262

Seguro Colectivo

El Grupo tiene garantizados compromisos con parte de su personal pasivo a través de una póliza de seguro colectivo con una entidad aseguradora de reconocida solvencia. La prima única de dicha póliza ascendió en el ejercicio 2001 a 36.770 miles de euros y se decidió financiar en 10 términos anuales, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 36 del Reglamento sobre la Instrumentación de los Compromisos por Pensiones con los Trabajadores y Beneficiarios, y en los siguientes términos:

- Cuotas anuales constantes, por importe cada una de ellas de 4.767 miles de euros, que incluyen los correspondientes intereses de aplazamiento (Nota 18).
- Recargo financiero por aplazamiento, que se corresponde con el interés técnico utilizado para el cálculo de las provisiones matemáticas, lo que ha supuesto un importe de 3.556 y 1.089 miles de euros, registrados en el epígrafe "Gastos financieros" de las cuentas de pérdidas y ganancias de los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas.

Plan de pensiones

El epígrafe "Plan de Pensiones" del cuadro adjunto recoge las dotaciones y pagos relativos a servicios pasados del plan de pensiones descrito en la Nota 5.i. Estos importes se registran en los epígrafes "Pasivos no corrientes – Otras cuentas a pagar no corrientes" y "Pasivos corrientes – Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar" del balance de situación consolidado, dependiendo del vencimiento de las transferencias de fondos (Nota 18).

El epígrafe "Gastos financieros" de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas de los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas recoge el coste derivado de la actualización financiera del fondo constituido y del déficit de servicios pasados, por importes de 1.176 y 1.347 miles de euros, respectiva y aproximadamente.

Indemnizaciones pendientes de pago

Al 31 de diciembre de 2005, el Grupo mantiene pendientes de pago parte de las indemnizaciones acordadas por la rescisión de las relaciones laborales con un conjunto de trabajadores. El vencimiento de estas deudas es el siguiente:

	Miles de Euros
2007	925
2008	398
2009	182
2010	98
2011 y siguientes	103
Total	1.706

Desarrollo de proyectos tecnológicos

El Grupo ha recibido préstamos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en concepto de ayuda para el desarrollo de proyectos tecnológicos, que no devengan tipo de interés alguno y cuyo vencimiento se produce en 2007, 2008, 2009 y 2010 y siguientes por importes de 1.118, 710, 279 y 426 miles de euros, respectiva y aproximadamente.

22. Impuestos diferidos y gastos por Impuesto sobre Sociedades

A partir de 1997 Vocento, S.A. y algunas de sus sociedades dependientes sometidas a normativa foral del Impuesto sobre Sociedades tributan por dicho Impuesto acogidas al Régimen Especial de Consolidación Fiscal, siendo Vocento, S.A. la Sociedad Dominante del Grupo (véase Anexo), habiendo sido presentada ante el Departamento de Hacienda y Finanzas de la Diputación Foral de Vizcaya la comunicación de la composición del Grupo Fiscal para el ejercicio 2005. Asimismo, con fecha 30 de diciembre de 2005 se presentó ante el Ministerio de Economía y Hacienda la comunicación de la composición de un Grupo Fiscal sometido a la normativa estatal del Impuesto sobre Sociedades, compuesto por Comerresa Prensa, S.L.U. como Sociedad Dominante del mismo y una serie de sociedades dependientes sometidas a dicha normativa común (véase Anexo).

La composición de los epígrafes "Activos no corrientes – Impuestos diferidos activos" y "Pasivos no corrientes – Impuestos diferidos pasivos" de los balances de situación consolidados a 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjuntos así como el movimiento de dichos epígrafes es el siguiente:

Miles de Euros

	Saldo al 01.01.04	Adiciones	Retiros	Saldo al 31.12.04	Incorporaciones al perímetro (Nota 2.c)	Adiciones	Retiros	Saldo al 31.12.05
Impuestos diferidos activos								
Crédito fiscal por pérdidas a compensar	38.647	3.237	(4.561)	37.323	1.121	150	(22.892)	15.702
Otras deducciones pendientes	13.132	210	(13.342)	-	-	14.689	-	14.689
Impuestos anticipados	31.866	5.262	(8.372)	28.756	-	1.131	(3.341)	26.546
Total impuestos diferidos activos	83.645	8.709	(26.275)	66.079	1.121	15.970	(26.233)	56.937
Impuestos diferidos pasivos	(11.966)	(9.884)	3.370	(18.480)	-	(899)	2.187	(17.192)

El 1 de enero de 2004 el Grupo mantenía registrado un activo por impuestos diferidos por bases imponibles negativas por importe de 38.647 euros. Por lo que se refiere a determinadas sociedades dependientes, no se reconoció ningún importe adicional debido a la imposibilidad de predecir de forma fiable la obtención de futuros flujos de beneficios suficientes para su compensación.

El impuesto sobre beneficios anticipado se corresponde principalmente con las diferencias temporarias por el diferente criterio de imputación contable y fiscal de los compromisos por pensiones y obligaciones similares (Notas 5.i, 17, 18 y 21) y por la deducibilidad fiscal de ciertos fondos de comercio (Notas 8 y 11).

El cuadro que se presenta a continuación establece la determinación del gasto devengado por Impuesto sobre Sociedades en los ejercicios 2005 y 2004, que es como sigue:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Resultado consolidado antes de impuestos	143.194	190.061
Aumentos (Disminuciones) por diferencias permanentes		
Amortización fondo de comercio fiscalmente deducible	(2.423)	(1.765)
Saneamientos extraordinarios de fondos de comercio (Nota 8)	362	2.950
Resultado de sociedades por el método de participación (Nota 11)	(40.447)	(31.634)
Reinversión de beneficios extraordinarios	(3.765)	(39.110)
Otras diferencias permanentes	(4.991)	6.783
Resultado contable ajustado	91.930	127.285
Impuesto bruto calculado a la tasa media impositiva	30.362	44.469
Deducciones por doble imposición de dividendos	(1.040)	(1.352)
Regularización del gasto por Impuesto sobre Sociedades del ejercicio anterior	(357)	(2.046)
Gasto devengado por Impuesto sobre Sociedades	28.965	41.071

El Grupo ha acogido las plusvalías obtenidas fiscalmente en los ejercicios 2004 y 2005 por la venta de las participaciones en Gestevisión Telecinco, S.A. y Grupo Árbol, S.A., al régimen de reinversión de beneficios extraordinarios establecidos en el artículo 22 de la Norma Foral 3/1996, de 26 de junio, del Impuesto sobre Sociedades (en la redacción dada por las Normas Forales 7/2005, de 23 de junio y 5/2002, de 30 de abril). El importe de las rentas acogidas a esta figura asciende a 78.220 y 6.275 miles de euros, respectivamente. La aplicación de este régimen supone la no integración en la base imponible del 50 y 60 por 100 de la plusvalía obtenida en la transmisión de las participaciones, respectivamente. De acuerdo con la normativa vigente, la reinversión del importe obtenido en la transmisión deberá realizarse en el plazo comprendido entre el año anterior a la fecha de entrega de las acciones vendidas y los tres años posteriores. El Grupo, a la fecha de formulación de estas cuentas anuales, ya ha realizado la reinversión correspondiente a la plusvalía por la venta de Gestevisión Telecinco, S.A.

El 31 de diciembre de 2005 se publicó el Decreto Foral Normativo 1/2005, de 30 de diciembre, por el que se modifica la Norma Foral 3/1996, de 26 de junio, del Impuesto sobre Sociedades. Mediante esta disposición se modifica el tipo de gravamen general del Impuesto sobre Sociedades, fijándose en el 32,6%, una décima por encima del que regía hasta ahora y que ha sido declarado nulo tanto por el Tribunal Supremo como por el Tribunal Superior de Justicia del País Vasco. No obstante, se introduce una previsión según la cual, en el supuesto de que los órganos judiciales concluyesen que las instituciones forales pueden establecer el tipo tributario general del 32,5%, la Diputación Foral podrá tomar las medidas oportunas para restablecer la situación jurídica preexistente. Este Decreto tiene efectos para los períodos impositivos concluidos a partir del 14 de marzo de 2005.

Por otra parte y debido a las diferentes interpretaciones que se pueden dar a la normativa fiscal aplicable a las operaciones realizadas por el Grupo, pudieran existir pasivos fiscales de carácter contingente que no son susceptibles de cuantificación objetiva. Sin embargo, en opinión de los Administradores del Grupo, la posibilidad de que dichos pasivos contingentes se materialicen es remota y, en cualquier caso, la deuda tributaria que de ellos pudiera derivarse no afectaría significativamente a las cuentas anuales consolidadas adjuntas.

En general, al 31 de diciembre de 2005, tanto la Sociedad Dominante como el resto de las sociedades consolidadas sujetas a normativa foral vizcaína tienen abiertos a inspección por parte de las autoridades fiscales los últimos tres ejercicios para los impuestos que le son aplicables. El resto de las Sociedades del Grupo tienen abiertos a inspección, en general, los últimos cuatro ejercicios para los impuestos que les son de aplicación.

23. Administraciones Públicas

La composición de los epígrafes de "Administraciones Públicas" del activo y del pasivo, respectivamente, de los balances de situación consolidados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 adjuntos es la siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Activos corrientes – Administraciones Públicas		
Hacienda Pública, deudora por Impuesto sobre Sociedades	7.283	4.457
Hacienda Pública, deudora por IVA	6.051	3.935
Hacienda Pública, retenciones y pagos a cuenta	4.853	1.269
Hacienda Pública, deudora por diversos conceptos	356	348
Organismos de la Seguridad Social, deudores	30	42
	18.573	10.051
Pasivos corrientes – Administraciones Públicas		
Hacienda Pública, acreedora por IVA	4.783	2.952
Hacienda Pública, acreedora por retenciones practicadas	7.598	7.556
Hacienda Pública, acreedora por Impuesto sobre Sociedades	5.380	6.007
Hacienda Pública, acreedora por otros conceptos	136	121
Organismos de la Seguridad Social, acreedores	3.625	3.270
	21.522	19.906

24. Información de segmentos de negocio

A continuación se describen los principales criterios a la hora de definir la información segmentada del Grupo incluida en los estados financieros consolidados adjuntos:

La segmentación ha sido realizada en función de las unidades organizativas para las cuales se presenta información al órgano de administración y al ejecutivo principal de la entidad para que éstos evalúen el rendimiento pasado de la unidad y tomen decisiones respecto de futuras asignaciones de recursos.

Por otro lado, los segmentos sobre los que se informa en la memoria adjunta son aquellos cuyos ingresos, resultados y/o activos son mayores que el 10% de la cifra consolidada correspondiente. De esta manera, la columna "Otros" incluye los segmentos sobre los que no se informa por no cumplir los límites indicados, así como los ajustes y eliminaciones de conciliación.

En consecuencia, se proporciona información completa sobre los siguientes segmentos de negocio:

- Multimedia Regional: Básicamente venta de diarios regionales e ingresos por publicidad generados por todo el subgrupo multimedia (Prensa, TV, Radio e Internet).
- ABC: Venta del diario ABC, ingresos de Prensa e Internet.
- Audiovisual: Venta de contenidos audiovisuales e ingresos de publicidad de Radio.
- Distribuidoras: Venta y distribución de prensa

Los criterios empleados por el Grupo para la obtención de dichos estados financieros segregados por actividades han sido los que se describen a continuación:

- A cada actividad de las enumeradas, se le asignan con carácter general, los activos, pasivos, gastos e ingresos de cualquier naturaleza que le correspondan de forma exclusiva o directa.
- Los activos de uso general residen en el segmento Otros y no son objeto de reparto entre segmentos. Sin embargo, si lo son los costes e ingresos, si los hubiera, asociados a dichos activos.

No se ha producido, ni existe intención por parte de la gerencia de que ocurra en un futuro próximo, ninguna operación de discontinuación, entendiéndose como tal, la separación del Grupo (ya sea por venta, escisión, liquidación o similar) de una línea de negocio o área geográfica de operación.

El Grupo no da información sobre segmentación geográfica dado que la práctica totalidad de las ventas de las sociedades consolidadas se realiza en España y que por otro lado, la Dirección del Grupo no utiliza criterios geográficos como criterio de gestión dentro del territorio nacional.

La información por Segmentos de Negocio del Grupo correspondiente a los ejercicios 2005 y 2004 se detalla a continuación:

Segmentación por negocios del ejercicio 2005

Miles de Euros

	ABC	Multimedia Regional	Distribuidoras	Audiovisuales	Otras	Total
INGRESOS						
Ventas externas	161.050	391.158	169.275	37.791	35.180	794.454
Ventas intersegmentos	45.395	82.052	14.314	15.374	(157.135)	-
Total ventas	206.445	473.210	183.589	53.165	(121.955)	794.454
GASTOS						
Aprovisionamientos	28.495	90.647	152.413	14	(109.759)	161.810
Gastos de personal	55.409	115.075	9.266	15.718	21.187	216.655
Amortizaciones y depreciaciones	8.004	4.358	509	3.368	8.304	24.543
Servicios exteriores	105.015	166.302	19.752	36.193	(16.853)	310.409
RESULTADO						
Resultado por segmento	9.522	96.828	1.649	(2.128)	(24.834)	81.037
Ingresos financieros	51	6.579	402	7.241	(3.690)	10.583
Gastos financieros	(1.843)	(3.757)	(38)	(752)	(1.720)	(8.110)
Saneamiento de fondo de comercio	-	(362)	-	-	-	(362)
Resultado de las participadas	(2)	(1.762)	1.621	39.080	1.510	40.447
Resultado venta de inmovilizado / cartera de control y depreciaciones de activo	2.002	1.294	(11)	15.574	740	19.599
Beneficio antes de impuestos	9.730	98.820	3.623	59.015	(27.994)	143.194
Impuestos sobre beneficios	(1.864)	(31.171)	(536)	(5.327)	9.933	(28.965)
Resultado atribuido a socios externos	198	(9.867)	(130)	(1.890)	341	(11.348)
Resultado atribuido a la sociedad dominante	8.064	57.782	2.957	51.798	(17.720)	102.881
OTRA INFORMACIÓN						
Gastos por depreciación y amortización, y otros sin salida de efectivo distintos de amortización y depreciación	8.615	4.445	509	2.637	8.831	25.037
Costes incurridos durante el ejercicio en la adquisición de propiedad, planta y equipo y otros intangibles	3.614	8.007	161	7.814	444	20.040
ACTIVO						
Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación	-	30.185	4.502	97.329	6.029	138.045
Inversiones financieras corrientes	113	64.918	5.531	91.554	50	162.166
Impuestos diferidos activos	11.965	6.188	1.850	11.354	25.580	56.937
Otros activos	157.614	338.851	14.946	182.863	(94.765)	599.509
Total activo consolidado	169.692	440.142	26.829	383.100	(63.106)	956.657
PASIVO						
Deuda financiera	9.086	17.247	581	14.739	18.127	59.780
Impuestos diferidos pasivos	-	4.210	543	4.156	8.283	17.192
Otros pasivos y patrimonio neto	160.606	418.685	25.705	364.205	(89.516)	879.685
Total pasivo consolidado	169.692	440.142	26.829	383.100	(63.106)	956.657

Segmentación por negocios del ejercicio 2004

Miles de Euros

	ABC	Multimedia Regional	Distribuidoras	Audiovisuales	Otras	Total
INGRESOS						
Ventas externas	164.249	339.488	163.144	21.807	29.752	718.440
Ventas intersegmentos	35.238	72.929	11.876	32	(120.075)	-
Total ventas	199.487	412.417	175.020	21.839	(90.323)	718.440
GASTOS						
Aprovisionamientos	25.780	58.367	144.737	(2)	(76.355)	152.527
Gastos de personal	56.640	104.278	9.004	7.151	16.891	193.964
Amortizaciones y depreciaciones	9.418	13.081	1.061	5.483	8.512	37.555
Servicios exteriores	89.646	152.443	19.944	21.089	(27.883)	255.239
RESULTADO						
Resultado por segmento	18.003	84.248	274	(11.882)	(11.488)	79.155
Ingresos financieros	62	4.881	354	3.651	(1.792)	7.156
Gastos financieros	(2.413)	(3.856)	(101)	(1.087)	(394)	(7.851)
Sanemiento de fondo de comercio	(950)	(2.000)	-	-	-	(2.950)
Resultado de las participadas	-	(575)	1.458	30.483	268	31.634
Resultado venta de inmovilizado / cartera de control y depreciaciones de activo	(23)	811	95	78.236	3.798	82.917
Beneficio antes de impuestos	14.679	83.509	2.080	99.401	(9.608)	190.061
Impuestos sobre beneficios	(4.416)	(28.601)	(317)	(10.413)	2.676	(41.071)
Resultado atribuido a socios externos	147	(10.194)	(126)	1.733	325	(8.115)
Resultado atribuido a la sociedad dominante	10.410	44.714	1.637	90.721	(6.607)	140.875
OTRA INFORMACIÓN						
Gastos por depreciación y amortización, y otros sin salida de efectivo distintos de amortización y depreciación	9.418	12.590	1.061	5.517	8.994	37.580
Costes incurridos durante el ejercicio en la adquisición de propiedad, planta y equipo y otros intangibles	4.081	8.670	657	2.572	1.900	17.880
ACTIVO						
Participaciones contabilizadas aplicando el método de la participación	-	29.306	4.516	91.898	1.806	127.526
Inversiones financieras corrientes	-	55.613	5.175	29.418	(2.139)	88.067
Impuestos diferidos activos	14.775	4.182	1.268	3.504	42.350	66.079
Otros activos	145.839	351.662	13.867	188.662	(131.025)	569.005
Total activo consolidado	160.614	440.763	24.826	313.482	(89.008)	850.677
PASIVO						
Deuda financiera	1.764	10.084	780	516	13.920	27.064
Impuestos diferidos pasivos	-	4.267	390	3.570	10.253	18.480
Otros pasivos y patrimonio neto	158.850	426.412	23.656	309.396	(113.181)	805.133
Total pasivo consolidado	160.614	440.763	24.826	313.482	(89.008)	850.677

25. Importe neto de la cifra de negocios

El desglose de este epígrafe de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas correspondientes a los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas es el siguiente:

	Miles de Euros	
	31.12.05	31.12.04
Venta de ejemplares	268.327	262.560
Venta de publicidad	354.858	326.148
Ingresos directos en promociones	53.958	37.660
Ingresos por reparto	11.126	13.071
Otros ingresos	103.600	77.543
	791.869	716.982

26. Aprovisionamientos

El desglose de este epígrafe de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas correspondientes a los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Papel	77.838	73.207
Materias Primas	6.826	6.123
Compra de periódicos	41.271	40.054
Otros consumos	35.875	33.143
	161.810	152.527

27. Gastos de personal

El detalle de los gastos de personal de los ejercicios 2005 y 2004 es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Sueldos y salarios	170.288	151.846
Seguridad Social a cargo de la empresa	35.079	31.484
Indemnizaciones al personal	5.517	5.801
Otros gastos sociales	2.901	2.463
Aportación a planes de pensiones y obligaciones similares y primas de seguros para la cobertura de otras contingencias de jubilación (Nota 5.i)	2.870	2.370
	216.655	193.964

El número medio de personas empleadas en el curso de los ejercicios 2005 y 2004, distribuido por categorías profesionales, ha sido el siguiente:

	Número de Personas	
	2005	2004
Directores	267	227
Mandos Intermedios	652	577
Empleados	3.174	3.009
Total	4.093	3.813

28. Servicios exteriores

El desglose de este epígrafe de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas correspondientes a los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Redacción	58.022	42.221
Comerciales	111.716	89.552
Administración	26.307	21.458
Taller	43.640	34.544
Distribución	40.426	38.717
Diversos	30.298	28.747
Total	310.409	255.239

Dentro del epígrafe de gastos comerciales se recogen los costes correspondientes a las distintas campañas promocionales, y que han ascendido en los ejercicios 2005 y 2004 a 69.342 y 51.306 miles de euros respectivamente.

29. Ingresos financieros

El detalle de este epígrafe de las cuentas de pérdidas y ganancias correspondientes a los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Ingresos de participaciones en capital	803	473
Otros intereses e ingresos asimilados	9.776	6.677
Diferencias positivas de cambio	4	6
Total	10.583	7.156

La cuenta "Otros intereses e ingresos asimilados" recoge básicamente los ingresos financieros devengados por las imposiciones, y depósitos mantenidos (Nota 15) por las Sociedades del Grupo a lo largo del ejercicio.

30. Gastos financieros

El detalle de este epígrafe de la cuenta de pérdidas y ganancias correspondientes a los ejercicios 2005 y 2004 adjuntas es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Gastos financieros de Seguro Colectivo y planes de pensiones (Nota 21)	4.732	2.436
Resultados negativos por variaciones de valor razonable (Nota 12)	494	25
Intereses de deuda financiera (Nota 19)	1.180	3.488
Otros gastos financieros	1.681	1.876
Intereses deudas con asociadas	23	26
Total	8.110	7.851

31. Resultado neto en enajenación de activos no corrientes

El desglose de este epígrafe de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas de los ejercicios 2005 y 2004 es el siguiente:

	Miles de Euros	
	2005	2004
Beneficios/ (Pérdidas)		
Resultado neto en la enajenación de activos inmateriales y propiedad, planta y equipo, y financieros (Notas 9, 10 y 12.b)	3.835	(57)
Beneficio en la enajenación de participaciones en empresas asociadas (Nota 11)	15.558	82.875
Total	19.393	82.818

El 24 de junio de 2004 y tras los oportunos trámites legales y administrativos, Gestevisión Telecinco, S.A. comenzó su cotización en Bolsa. En este sentido, y de acuerdo al contrato de compraventa del 12% de la participación en dicha sociedad enajenada en el ejercicio 2003, se produjo un ajuste positivo al precio de venta derivado de la revalorización de la cotización en su primera semana por importe de 78.220 miles de euros que el Grupo ha contabilizado dentro del epígrafe "Beneficio en la enajenación de participaciones en empresas asociadas".

32. Beneficio por acción

La conciliación al 31 de diciembre de 2005 y al 31 de diciembre de 2004 del número de acciones ordinarias utilizando el cálculo de los beneficios por acción es el siguiente:

	Ejercicio 2005	Ejercicio 2004
Número de acciones	124.970.306	124.970.306
Número de acciones propias en cartera	(7.339)	(7.339)
Total	124.962.967	124.962.967

Los beneficios básicos por acción correspondientes a los ejercicios 2005 y 2004 son los siguientes:

	Ejercicio 2005	Ejercicio 2004
Beneficio neto del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante (miles de euros)	102.881	140.875
Número de acciones (miles de acciones)	124.963	124.963
Beneficios básicos por acción (euros)	0,82	1,13

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004 Vocento, S.A., sociedad dominante del Grupo, no ha emitido instrumentos financieros u otros conceptos que den derecho a su poseedor a recibir acciones ordinarias de la Sociedad. En consecuencia, los beneficios diluidos por acción coinciden con los beneficios básicos por acción.

33. Saldos y operaciones con otras partes relacionadas

El desglose por sociedades de los saldos de las cuentas "Cuentas a cobrar a empresas vinculadas" y "Empresas vinculadas acreedoras" de los epígrafes "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" y "Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar" del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2005 adjunto, así como las transacciones con dichas sociedades realizadas durante el ejercicio 2005 por las sociedades de Vocento, S.A. y Sociedades dependientes consolidadas por integración global, es como sigue:

Miles de Euros

	Saldos		Transacciones			
	Deudor (Nota 14)	Acreedor (Nota 18)	Ingresos		Gastos	
			Explotación	Financieros	Explotación	Financieros
Gestevisión Telecinco, S.A.	1	-	1	-	78	-
Federico Doménech, S.A. y dependientes	435	408	2.155	-	2.132	-
Cirpress, S.L.	439	132	9.316	-	723	-
Distribuciones Papiro, S.L.	952	193	11.965	-	1.060	-
BocaBoca Producciones, S.A.	-	-	-	12	64	-
Rotok Industria Gráfica, S.A.	-	15	8	-	289	-
CIMECO	26	-	97	1	-	156
Prisma Publicaciones 2002, S.L.	-	212	14	-	445	-
Distrimedios, S.A.	2.763	234	30.776	-	1.774	-
Val Disme, S.L.	2.260	53	18.208	-	945	-
Gala Ediciones, S.L.	1.286	1.542	7.577	-	3.280	-
Otros	146	244	75	-	630	8
TOTALES	8.308	3.033	80.192	13	11.420	164

El desglose por sociedades de los saldos de las cuentas "Cuentas a cobrar a empresas vinculadas" y "Empresas vinculadas acreedoras" de los epígrafes "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" y "Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar" del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2004 adjunto, así como las transacciones con dichas sociedades realizadas durante el ejercicio 2004 por las sociedades de Vocento, S.A. y Sociedades dependientes consolidadas por integración global, es como sigue:

Miles de Euros

	Saldos		Transacciones			
	Deudor (Nota 14)	Acreedor (Nota 18)	Ingresos		Gastos	
			Explotación	Financieros	Explotación	Financieros
Gestevisión Telecinco, S.A.	148	-	361	-	-	-
Federico Doménech, S.A. y dependientes	369	558	1.818	-	75	-
Cirpress, S.L.	691	104	7.937	-	528	-
Distribuciones Papiro, S.L.	880	122	7.625	-	759	-
Rotok Industria Gráfica, S.A.	-	14	-	-	125	-
Árbol Producciones, S.A.	-	757	-	-	181	20
BocaBoca Producciones, S.L.	-	50	-	16	43	-
CIMECO	369	-	54	-	1	-
Prisma Publicaciones 2002, S.L.	8	245	-	-	365	-
Distrimedios, S.A.	2.947	204	1.010	-	161	-
Val Disme, S.L.	1.226	-	10.631	-	443	-
Gala Ediciones, S.L.	294	187	1.324	-	154	-
Otros	194	100	122	-	17	12
TOTALES	7.126	2.341	30.882	16	2.852	32

Los saldos y transacciones más relevantes con empresas valoradas por el método de la participación tienen su origen en la venta y distribución de ejemplares de diarios y suplementos realizadas en condiciones normales de mercado. Los mencionados saldos, al ser de carácter comercial no devengan interés alguno y serán satisfechos con carácter general en el corto plazo.

Las sociedades del Grupo mantenían al 31 de diciembre de 2004 los siguientes préstamos concedidos a partes relacionadas:

Parte relacionada a la que se le ha concedido el préstamo	Valor en libros al 31.12.04	Moneda	Tipo de interés	Vencimiento
Bocaboca Producciones, S.L.	600	Miles de Euros	Euribor + 0,6%	2006

Al 31 de diciembre de 2005, las sociedades del Grupo no tienen concedidas líneas de crédito o préstamos a empresas vinculadas.

34. Retribución al Consejo de Administración

Durante los ejercicios 2005 y 2004, las sociedades consolidadas han satisfecho los siguientes importes por retribuciones devengadas a los miembros del Consejo de Administración del Grupo:

	Miles de Euros	
	Ejercicio 2005	Ejercicio 2004
Retribución fija y variable	1.590	1.733
Dietas de asistencia a consejos y comisiones	329	212
Participación en resultados	1.747	1.654
Total	3.666	3.599

No se les han concedido anticipos, préstamos o créditos o avales a los miembros del Consejo de Administración ni en 2005 ni en 2004.

En cuanto a los seguros de vida, las cuotas pagadas durante el ejercicio de 2005 de las pólizas cuyas coberturas afectan a los miembros del Consejo han ascendido a 56 miles de euros en 2005 y a 47 miles de euros en 2004.

En cuanto a los compromisos de pensiones, las aportaciones a los planes de pensiones cuyo beneficiarios son miembros del Consejo han ascendido a 121 miles de euros al cierre del ejercicio 2005 y ascendieron a 132 miles de euros al cierre del ejercicio 2004.

35. Retribución a la Alta Dirección

Durante los ejercicios 2005 y 2004, los costes de personal (retribuciones dinerarias, en especie, Seguridad Social, etc) de los Directores Generales que componen el Comité de Dirección de la Sociedad Dominante –excluidos quienes simultáneamente tiene la condición de miembros del Consejo de Administración (cuyas retribuciones han sido detalladas anteriormente)– durante los ejercicios 2005 y 2004 han ascendido a 3.016 y 2.852 miles de euros respectivamente.

36. Otra información referente al Consejo de Administración

Los miembros del Consejo de Administración de Vocento, S.A. con participaciones directas e indirectas en sociedades con el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social de la Sociedad, son los siguientes:

Titular	Sociedad participada	Actividad	Participación	Funciones
Santiago de Ybarra y Churruca	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,7163%	Presidente
Santiago de Ybarra y Churruca	Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	0,0002 %	Consejero
José María Bergareche Busquet	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,2779 %	Vicepresidente primero
Alejandro Echevarría Busquet	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,1072 %	Consejero
Alejandro Echevarría Busquet	Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	0,0002 %	Consejero
Alejandro Echevarría Busquet	Gestevisión Telecinco, S.A.	Televisión	0,0023%	Presidente
Diego del Alcázar Silvela	Mercared, S.A.	Publicaciones	0,74 %	-
Santiago Bergareche Busquet	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,2042%	-
Catalina Luca de Tena García-Conde	Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	0,0002 %	Presidenta
Catalina Luca de Tena García-Conde	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,0235 %	-
Catalina Luca de Tena García-Conde	Ediciones Luca de Tena, S.L.	Edición de libros	95%	Administradora Única
Soledad Luca de Tena García-Conde	Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	0,0002 %	Vicepresidenta
Álvaro de Ybarra Zubiria	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,0135%	-
Emilio de Ybarra y Churruca	Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	0,7122%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	S.E.P.L.	Prensa	99,99%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	Dordogne Libre	Prensa	99,98%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	Les Editions du Bassin	Prensa	99,00%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	Les Editions de la Semaine	Prensa	100,00%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	Surf Session	Prensa	100,00%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	Societe de Gratuit D'Information	Prensa	75%	-
Atlanpresse S.A.R.L.	SNEM	Prensa	5%	-
Carlos Castellanos Borrego	Recoletos	Medios de Comunicación	0,0023%	-
Carlos Castellanos Borrego	Pearson	Medios de Comunicación	0,0055%	-

Asimismo, y de acuerdo con el texto mencionado anteriormente, a continuación se indica la realización, por cuenta propia o ajena, de actividades adicionales a las del cuadro anterior, realizadas por parte de los distintos miembros del Consejo de Administración, del mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituye el objeto social de la Sociedad Grupo, S.A.:

Nombre	Actividad realizada	Tipo de régimen de prestación de la actividad	Sociedad a través de la cual presta la actividad	Cargos o funciones que se ostentan o realizan en la sociedad indicada
Santiago de Ybarra y Churruca				
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Presidente
Corporación de Medios de Murcia, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
El Norte de Castilla, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
José María Bergareche Busquet				
Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Gestevisión Telecinco, S.A.	Televisión	Cuenta propia	-	Consejero
Radio Publi, S.L.	Radio	Cuenta propia	-	Presidente
Alejandro Echevarría Busquet				
Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A.	Radio digital	Cuenta propia	-	Presidente
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Editorial Cantabria, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Agencia de Televisión Latinoamericana de Servicios y Noticias España, S.A.	Agencia de Noticias	Cuenta propia	-	Presidente
Publiespaña, S.A.	Comercializadora de publicidad	Cuenta propia	-	Presidente
Juan Carlos Guerra Zunzunegui				
Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Santiago Bergareche Busquet				
Corporación de Medios de Murcia, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Soledad Luca de Tena García-Conde				
Grupo Europroducciones, S.A.	Producción Audiovisual	Cuenta propia	-	Consejera
Sociedad Gestora de TV Onda 6, S.A.U.	Televisión	Cuenta propia	-	Consejera
Radio Publi, S.L.	Radio	Cuenta propia	-	Consejera
Diario el Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejera
Corporación de Medios de Cadiz, S.L.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejera
Federico Doménech, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejera
ABC de Sevilla, S.L.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Presidenta

Nombre	Actividad realizada	Tipo de régimen de prestación de la actividad	Sociedad a través de la cual presta la actividad	Cargos o funciones que se ostentan o realizan en la sociedad indicada
Victor Urrutia y Vallejo				
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
El Norte de Castilla, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Emilio de Ybarra y Churruca				
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Enrique de Ybarra e Ybarra				
Corporación de Medios de Andalucía, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Editorial Cantabria, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
El Comercio, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Nueva Rioja, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Carlos Castellanos Borrego				
Diario El Correo, S.A.U.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Diego del Alcázar Silvela				
Diario ABC, S.L.	Edición de periódicos	Cuenta propia	-	Consejero
Heléne Lemoine				
Groupe Sud Ouest, S.A.	Edición de periódicos	Cuenta ajena	Atlan Presse, S.A.R.L.	Consejera
S.A.P.E.S.O., S.A.	Edición de periódicos	Cuenta ajena	Atlan Presse, S.A.R.L.	Administradora

37. Garantías comprometidas con terceros

Al 31 de diciembre de 2005 los principales avales recibidos por el Grupo por tipología son los siguientes:

Concepto	Miles de Euros
Explotación del servicio público de radiodifusión digital terrestre	18.788
Explotación del servicio de televisión digital y compromisos adquiridos	6.519
Subvenciones y créditos para desarrollo de proyectos tecnológicos	1.205
Anticipos a RTVE	1.375
Otros	944
Total	28.831

Los Administradores del Grupo estiman que los pasivos adicionales a las provisiones constituidas al 31 de diciembre de 2005 a tales efectos que pudieran originarse por los avales recibidos, si los hubiera, no resultarían significativos.

38. Honorarios auditoría

Los honorarios relativos a servicios de auditoría de cuentas prestados a las distintas sociedades que componen el Grupo por el auditor principal, así como por otras entidades durante los ejercicios 2005 y 2004 han ascendido a 1.088 y 1.036 miles de euros respectivamente.

Por otra parte, los honorarios relativos a otros servicios de asesoramiento prestados a las distintas sociedades del Grupo por el auditor principal y por otras entidades vinculadas al mismo ascendieron durante los ejercicios 2005 y 2004 a 248 y 162 miles de euros, respectivamente.

39. Hechos posteriores al 31 de diciembre de 2005

Con fecha 27 de febrero de 2006, el Grupo ha procedido a la adquisición de 15.992 acciones, representativas del 21% del capital social de la sociedad Federico Doménech, S.A. por importe de 41.657 miles de euros, aproximadamente, de manera que el porcentaje de participación directa que el Grupo mantiene en esta sociedad asciende al 57,42% con un fondo de comercio de 35.000 miles de euros, aproximadamente.

40. Formulación de cuentas anuales

Las cuentas anuales consolidadas correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2005 han sido formuladas por los Administradores de Vocento, S.A. el 30 de marzo de 2006.

SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL GRUPO DE SOCIEDADES DEL QUE VOCENTO, S.A. ES SOCIEDAD DOMINANTE

Sociedad	Domicilio	Actividad	% Participación		Miles de Euros		Dividendo a Cuenta	
			Directa	Indirecta	Capital Desembolsado	Reservas		Resultado del Periodo (1)
Segmento ABC								
Diario ABC. S.L.	Madrid	Prensa Diaria	99,99%	-	6.100	30.911	5.770	-
ABC de Castilla La Mancha S.L.U.	Toledo	Editorial	-	99,99%	60	-	-	-
ABC de Castilla y León, S.L.U.	Valladolid	Editorial	-	99,99%	60	-	-	-
ABC Cataluña, S.L.U.	Barcelona	Editorial	-	99,99%	60	-	-	-
Diario ABC de Valencia, S.A.U.	Valencia	Editorial	-	99,99%	60	-	-	-
ABC Sevilla, S.L.U.	Sevilla	Prensa Diaria	-	99,99%	600	10.770	2.276	-
ABC de Córdoba, S.L.U.	Córdoba	Editorial	-	99,99%	60	-	-	-
ABC de Cádiz, S.L.U.	Cádiz	Editorial	-	99,99%	400	(83)	(648)	-
Pabellón de México, S.L.	Sevilla	Televisión local	-	73,10%	750	(316)	(736)	-
ABC Periódico Electrónico, S.L.U.	Madrid	Edición electrónica de Prensa	-	99,99%	60	(29)	3	-
Comercializadora ABC Sevilla, S.L.U.	Sevilla	Publicidad	-	99,99%	3	-	(1)	-
Segmento Multimedia Regional								
Corporación de Medios Regionales, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Holding	100%	-	27.770	48.176	34.296	(25.000)
Comerresa País Vasco, S.L.U. (a) (c)	Vizcaya	Holding	-	100%	9.686	12.538	49.406	(28.500)
Diario El Correo, S.A.U. (a) (c)	Bilbao	Prensa Diaria	-	100%	8.000	25.870	18.045	(15.552)
CM Norte, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Publicidad	-	100%	88	475	148	-
El Correo Digital, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Edición electrónica de prensa	-	100%	400	(116)	65	-
Canal Bilbovisión, S.L. (a) (c)	Bilbao	Televisión local	-	80,07%	600	3	(424)	-
Alava Televisión, S.L. (a) (c)	Vitoria	Televisión local	-	78,98%	510	(87)	(428)	-
Durango Tebista, S.L. (a)	Vizcaya	Televisión local	-	100%	63	(64)	(151)	-
Servicios Redaccionales Bilbainos, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Prensa gratuita	-	100%	550	(210)	7	-
Zabalik 2000, S.A. (a) (c)	San Sebastián	Prensa semanal	-	87,90%	350	(77)	(130)	-
La Guía Comercial 2000, S.L. (a)	Bilbao	Edición de guías	-	62,74%	60	167	202	-
Canal Audiovisual de la Rioja, S.L.	Logroño	Sociedad de cartera	-	99,89%	136	(219)	(26)	-
Radio El Correo, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Radiodifusión	-	100%	678	(220)	(200)	-
Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A. (a) (c)	San Sebastián	Prensa Diaria	-	75,81%	4.799	25.304	12.031	(9.798)
DV Multimedia Comunicación y Servicios, S.L.U. (a) (c)	San Sebastián	Publicidad	-	75,81%	100	140	56	-
Digital Vasca, S.A. (a) (c)	San Sebastián	Edición electrónica de prensa	-	75,81%	360	(223)	115	-
Teledonosti, S.L. (a)	San Sebastián	Televisión Local	-	46,95%	1.250	3	25	-

Continúa

% Participación

Miles de Euros

Sociedad	Domicilio	Actividad	Directa	Indirecta	Capital Desembolsado	Reservas	Resultado del Periodo (1)	Dividendo a Cuenta
KTB Kate Berria, S.L.U. (a) (c)	Guipuzcoa	Televisión local	-	75,81%	348	(89)	(35)	-
Sociedad Vascongada de Radio, S.L.U. (a) (c)	San Sebastián	Radiodifusión	-	75,81%	3	242	23	-
Corporación Editorial, S.L.U. (a) (b) (c)	San Sebastián	Sin actividad	-	75,81%	3	(78)	-	-
Comerresa Prensa, S.L.U. (d)	Madrid	Holding	-	100%	78.784	12.507	21.408	(3.000)
Editorial Cantabria, S.A.	Santander	Prensa Diaria	-	85,91%	2.394	3.712	7.899	(6.078)
Editorial Cantabria Interactiva, S.L.	Santander	Edición Electrónica de Prensa	-	85,91%	60	107	77	(31)
Editorial Cantabria de Radiotelevisión, S.A.	Santander	Sociedad de cartera	-	85,73%	650	232	(386)	-
Radio Televisión Canal 8-DM, S.L.	Santander	Televisión local	-	85,73%	925	48	(325)	-
Comercializadora de Medios de Cantabria, S.C.	Santander	Publicidad	-	85,91%	1	-	-	-
Gran Enciclopedia Cantabria, S.L.U.	Santander	Edición de libros	-	85,91%	9	2	-	-
Nueva Rioja, S.A.	Logroño	Prensa Diaria	-	58,92%	1.000	5.958	1.955	(1.494)
Rioja Medios, Compra de Medios de Publicidad, S.A.U.	Logroño	Publicidad	-	58,92%	61	115	15	-
La Rioja Com., Servicios en la Red, S.A.U.	Logroño	Edición electrónica de prensa	-	58,92%	181	46	25	-
Corporación de Medios Radiofónicos de la Rioja, S.A.	Logroño	Radiodifusión	-	58,92%	150	(84)	39	-
Rioja Televisión, S.A.	Logroño	Televisión Local	-	47,68%	1.235	(615)	(255)	-
El Comercio, S.A.	Gijón	Prensa Diaria	-	51,46%	105	7.029	1.566	(1.145)
Comercializadora de Medios de Asturias, S.L.	Gijón	Publicidad	-	51,45%	30	(4)	7	-
El Comercio Digital Serv. Red, S.L.	Gijón	Edición electrónica de prensa	-	51,45%	15	121	54	-
El Comercio TV Servicios Audiovisuales, S.L.	Gijón	Televisión Local	-	51,46%	700	15	(218)	-
La Voz de Avilés, S.L.	Avilés	Prensa Diaria	-	43,70%	52	116	23	(14)
Corporación de Medios de Murcia, S.A. (d)	Murcia	Prensa Diaria	-	97,61%	3.333	11.308	5.413	(4.433)
Comercial Media de Levante, S.L.U. (d)	Murcia	Publicidad	-	97,61%	125	118	28	-
La Verdad Digital, S.L.U (d)	Murcia	Edición electrónica de prensa	-	97,61%	250	(48)	68	-
La Verdad Radio y Televisión, S.L.	Murcia	Radiodifusión y Televisión Local	-	59,80%	2.040	(3)	(531)	-

Continúa

SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL GRUPO DE SOCIEDADES DEL QUE VOCENTO, S.A. ES SOCIEDAD DOMINANTE

Sociedad	Domicilio	Actividad	% Participación		Capital		Resultado del Periodo (1)	Dividendo a Cuenta
			Directa	Indirecta	Desembolsado	Reservas		
La Verdad Editora Internacional, S.L.U. (d)	Murcia	Prensa Diaria Extranjera	-	97,61%	60	(28)	(228)	-
Corporación de Medios de Andalucía, S.A. (d)	Granada	Prensa Diaria	-	98,20%	3.333	9.148	3.093	(2.193)
Ideal Comunicación Digital, S.L. (d)	Granada	Edición electrónica de prensa	-	98,20%	420	(86)	24	-
Comercializadora de Medios Andalucía, S.L. (d)	Granada	Publicidad	-	98,20%	300	102	56	-
Canal Ideal Televisión, S.L. (d)	Granada	Televisión local	-	78,89%	1.602	(696)	(290)	-
Corporación de Medios de Extremadura, S.A. (d)	Badajoz	Prensa Diaria	-	97,07%	1.667	3.798	1.047	(788)
Canal Cultural de Badajoz, S.L.	Badajoz	Televisión local	-	58,24%	931	(129)	(474)	-
Ediciones Digitales Hoy, S.L.U. (d)	Badajoz	Edición electrónica de prensa	-	97,07%	100	89	52	-
CM Extremadura Publicidad Multimedia, S.L. (d)	Badajoz	Publicidad	-	97,07%	150	3	4	-
Cartera de Medios, S.A.U. (d)	Extremadura	Sociedad de cartera	-	97,07%	550	(40)	(76)	-
Prensa Malagueña, S.A. (d)	Málaga	Prensa Diaria	-	87,82%	4.950	13.365	7.024	(5.608)
Diario Sur Digital, S.L. (d)	Málaga	Edición Electrónica de Prensa	-	87,82%	350	(229)	71	-
Corporación de Medios del Sur, S.L. (d)	Málaga	Publicidad	-	87,82%	5	347	30	-
Arte Final J.P. Saferi, S.A. (d)	Málaga	Prensa diaria extranjera	-	87,82%	60	97	(49)	-
Central Sur, S.A. (d)	Málaga	Prensa gratuita	-	87,82%	60	261	(236)	-
Prevahpe, S.L.U. (d)	Málaga	Sociedad de cartera	-	87,82%	50	(535)	(216)	-
Moper Visión, S.L.U. (d)	Málaga	Televisión local	-	87,82%	1.200	(253)	19	-
Producciones Digitales del Sur, S.A. (d)	Málaga	Televisión local	-	87,82%	410	(66)	(199)	-
Costa Visión, S.L.U. (d)	Málaga	Radiodifusión	-	87,82%	156	12	(12)	-
El Norte de Castilla, S.A. (d)	Valladolid	Prensa Diaria	-	76,49%	2.168	13.478	4.857	(4.202)
El Norte de Castilla Digital, S.L.U. (d)	Valladolid	Edición electrónica de prensa	-	76,49%	60	131	83	-
Comercialización de Medios de Castilla y León, S.L.U. (d)	Valladolid	Publicidad	-	76,49%	60	59	(51)	-
El Norte de Castilla Multimedia, S.L.U. (d)	Valladolid	Publicidad	-	76,49%	1.987	(364)	104	-
Corporación de Medios de Cádiz, S.L.U. (d)	Cádiz	Prensa Diaria	-	100%	450	2.585	(2.712)	-
La Voz de Cádiz Digital, S.L. (d)	Cádiz	Edición Electrónica de Prensa	-	100%	3	12	(12)	-
Radio Gaditana 2005, S.L. (d)	Cádiz	Radiodifusión	-	100%	3	28	(28)	-

Continúa

% Participación

Miles de Euros

Sociedad	Domicilio	Actividad	Directa	Indirecta	Capital Desembolsado	Reservas	Resultado del Periodo (1)	Dividendo a Cuenta
CM XXI Corporación de Medios, S.A. (d)	Madrid	Publicidad	-	99,99%	600	54	26	-
Globalia de Marketing y Medios, S.L.U.	Madrid	Publicidad	-	99,99%	60	611	(611)	-
Taller de Editores, S.A.	Madrid	Edición Suplementos y Agencia de Noticias	-	66,81%	1.763	4.714	6.653	(2.109)
Taller de Ediciones Corporativas, S.L.U.	Madrid	Comercialización de contenidos y Edición de revistas	-	66,81%	290	1.252	662	-
Inversor Ediciones, S.L.	Madrid	Publicación de Revistas Económicas	-	34,77%	96	1.086	210	-
Taller de Editores Digital, S.L. Servicios Auxiliares de Prensa	Madrid	Sociedad de Internet	-	66,81%	60	91	-	-
Independiente, S.A. (b)	Madrid	Sin actividad	-	63,63%	61	12	(5)	-
Segmento Corporación de Nuevos Medios Audiovisuales								
Corporación de Nuevos Medios Audiovisuales, S.L.U. (a) (c)	Vizcaya	Holding	100%	-	40.740	175.552	35.693	(30.000)
Veralia Corporación de Productoras de Cine y Televisión, S.L. (a) (c)	Vizcaya	Holding	-	85%	41.176	12.232	17.153	-
Grupo Europroducciones, S.A.	Madrid	Productora audiovisual	-	59,50%	6.550	7.439	1.703	-
Europroducciones TV, S.L.	Madrid	Productora audiovisual	-	55,81%	1.051	2.974	820	-
Europroduzione, S.R.L.	Italia	Productora audiovisual	-	55,80%	60	(62)	98	-
Euro TV Production, S.R.L.	Bucarest	Productora audiovisual	-	55,81%	87	(85)	(1)	-
Protint Produções Televisivas, L.D.A.	Portugal	Productora audiovisual	-	54,69%	5	26	(86)	-
IDD Publicidad, S.L.	Madrid	Productora audiovisual	-	59,01%	144	399	544	-
Euroservice Servicios Técnicos de TV, S.L.	Madrid	Productora audiovisual	-	59,48%	364	662	261	-
Euro Ficción, S.L.	Madrid	Productora audiovisual	-	59,20%	296	2.299	130	-
Eurocolmar TV, S.L.	Bilbao	Productora Audiovisual	-	33,48%	30	(19)	(3)	-
Bocaboca Producciones, S.L.	Madrid	Productora audiovisual	-	59,5%	77	843	775	-
Boca Interactiva, S.L.	Madrid	Producción Cine, Televisión e Internet	-	59,5%	3	(890)	(2)	-
Abandamedia Producciones, S.L.	Valencia	Productora audiovisual	-	30,35%	180	(212)	-	-
Radio Publi, S.L.	Madrid	Radiodifusión	-	63,66%	7.873	11.128	(3.866)	-
Radio Utrera La Voz de la Campiña, S.L.	Sevilla	Radiodifusión	-	63,66%	30	35	(154)	-
Sociedad Aragonesa de Gestión Radiofónica, S.L.	Madrid	Radiodifusión	-	63,66%	3	-	-	-
Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A. (a) (c)	Vizcaya	Radiodifusión digital	-	91,30%	6.011	(1.015)	(325)	-

Continúa

SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL GRUPO DE SOCIEDADES DEL QUE VOCENTO, S.A. ES SOCIEDAD DOMINANTE

Sociedad	Domicilio	Actividad	% Participación		Miles de Euros			Dividendo a Cuenta
			Directa	Indirecta	Capital Desembolsado	Reservas	Resultado del Periodo (1)	
Segmento Corporación de Medios de Comunicación								
Corporación de Medios de Comunicación, S.L.U. (a) (c)								
Vizcaya	Vizcaya	Holding	100%	-	10.000	44.279	161	-
Distribuciones Comecosa, S.L.U. (a) (c)	Vizcaya	Holding	-	100%	451	3.945	1.493	-
Beralan, S.L. (a)	Guipúzcoa	Distribución	-	50,49%	218	1.510	469	-
Banatu, S.L. (a)	Bilbao	Distribución	-	50,49%	5	1.804	(1.934)	-
Sector MD, S.L. (a)	Vizcaya	Distribución	-	38,47%	3	187	231	-
Radio Tele Basconia, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Radiodifusión	-	100%	301	764	25	-
Comeco Impresión, S.L. (a) (c)	Vizcaya	Holding	-	100%	9.249	37.126	(29)	-
Bilbao Editorial Producciones, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Artes Gráficas	-	100%	12.000	25.756	964	-
Sociedad Vascongada de Producciones, S.L.U. (a) (c)	San Sebastián	Artes Gráficas	-	100%	3.000	5.767	(107)	-
Cotlan 900, S.L. (a)	Bilbao	Audiotex	-	60%	511	(255)	27	-
Gratis de Corporación de Medios, S.L. (a)	Bilbao	Prensa gratuita	-	60,34%	60	218	234	-
Distribución de Prensa por Rutas, S.L.	Madrid	Distribución	-	60%	60	207	503	-
Segmento Otros-								
Corporación de Medios de Nuevas Tecnologías, S.L.U. (a) (c)								
Vizcaya	Vizcaya	Holding	100%	-	555	1.152	525	-
Sarenet, S.A. (a) (c)	Vizcaya	Operador de Internet	-	80%	1.000	1.949	1.450	-
Vocento Media Trader, S.L.U. (a) (c)	Bilbao	Venta de contenidos	-	100%	70	40	297	-
La Trastienda Digital, S.A.U. (a) (c)	Vizcaya	Comercio electrónico	-	100%	66	98	159	-
Alianzas y Nuevos Negocios, S.L.U.	Madrid	Servicios de Internet	-	100%	750	-	(315)	-
Advernet, S.L.	Madrid	Portal Internet	-	59,51%	259	(177)	10	-
Rineudi, S.L. (b)	Madrid	Internet	-	51%	3	(1)	-	-
Viapolis, S.L.U. (a) (c)	Vizcaya	Publicidad por Internet	-	100%	66	263	(245)	-
Corporación de Nuevos Medios Digitales, S.L.U.								
Madrid	Madrid	Holding	100%	-	500	11.242	(9.664)	-
Avista Televisión de Barcelona, S.L. (Urbe TV)	Barcelona	Televisión local	-	75%	52	349	(1.192)	-
Comunicaset, S.L. (b)	Barcelona	Televisión local	-	67,5%	60	(1)	1	-
E-Media Punto Radio, S.A.U.	Madrid	Radio Digital	-	100%	270	(32)	186	-
Pantalla Digital, S.L.	Madrid	Sociedad de cartera	-	74,78%	245	959	(848)	-
Sociedad Gestora de TV Net TV, S.A.	Madrid	Televisión digital	-	47,75%	6.124	(2.069)	(1.353)	-
Sociedad Gestora de Televisión Onda 6, S.A.U.	Madrid	Televisión digital	-	100%	7.510	719	(3.550)	-
Sociedad Gestora de Televisión Punto TV, S.L.U.	Madrid	Televisión	-	100 %	93	6.028	(4.657)	-
Corporación de Medios Internacionales de Prensa, S.A.U. (a) (c)								
Vizcaya	Vizcaya	Holding	100%	-	60	29.285	379	-

Continúa

EMPRESAS ASOCIADAS DEL GRUPO DE SOCIEDADES DEL QUE VOCENTO, S.A. ES SOCIEDAD DOMINANTE

Sociedad	Domicilio	Actividad	% Participación		Capital Desembolsado	Reservas	Resultado del Periodo (1)	Dividendo a Cuenta
			Directa	Indirecta				
Sociedades Asociadas								
Milenio ABC, S.A. de C.V.	México	Prensa Diaria	-	49%	4	-	(291)	-
Federico Domenech, S.A.	Valencia	Prensa Diaria	-	36,42%	458	24.046	5.750	(1.953)
Prisma Publicaciones 2002, S.L.	Barcelona	Publicación de Revistas de Decoración	-	32,74%	90	839	104	-
Gala Ediciones, S.L.	Madrid	Editora de Revistas	-	33,41%	1.124	7.296	(6.995)	-
Gestevisión Telecinco, S.A. y filiales	Madrid	Gestión Indirecta del Servicio Público de Televisión	-	13%	123.321	157.072	290.331	-
Plato Chroma, S.A.	Madrid	Productora audiovisual	-	29,75%	91	(59)	(24)	-
Grupo PI (Producciones Independientes)								
Internacional Sales, S.L.	Madrid	Productora audiovisual	-	14,28%	4	(714)	(62)	-
Grupo Videomedia, S.A.	Madrid	Productora audiovisual	-	25,51%	65	55	2	-
Videomedia, S.A.	Madrid	Productora audiovisual	-	25,51%	60	4.252	1.777	-
Distribuciones Papiro, S.L.	Salamanca	Distribución	-	25,14%	39	8	660	(250)
Cirpress, S.L.	Asturias	Distribución de Prensa	-	24,70%	14	232	696	(265)
Rotok Industria Gráfica, S.A. (a)	Guipúzcoa	Impresión	-	25%	4.508	331	639	-
Distrimedios, S.A.	Cádiz	Distribución	-	22,5%	100	148	3.559	(3.135)
Val Disme, S.L.	Valencia	Distribución	-	22,75%	144	248	2.412	(1.885)
Local Print, S.L.	Alicante	Impresión	-	50%	5.000	-	-	-
Víctor Steinberg y Asociados, S.L.	Madrid	Servicios de Comunicación y Organización de Eventos	-	30%	5	532	2	-
Subgrupo Compañía Inversora en								
Medios de Comunicación, S.A. (CIMECO) (e)	Buenos Aires	Holding	-	33,33%	142.991	-	6.165	-
Producciones Antares Media, S.L.	Cádiz	Televisión Local	-	30%	534	148	(128)	-

1) Estimados y/o pendientes de aprobación por las correspondientes Juntas Generales de Accionistas y antes de la distribución de dividendos.

a) Sociedades dependientes sometidas a normativa foral del Impuesto sobre Sociedades.

b) Sin actividad a la fecha actual.

c) Sociedades que conforman el Grupo Fiscal Consolidado del País Vasco.

d) Sociedades que conforman el Grupo Fiscal Consolidado cuya Sociedad Dominante es Comerresa Prensa, S.L.U.

e) Esta información se presenta de acuerdo con principios contables locales y en pesos argentinos.

Nota: Las cuentas anuales al 31 de diciembre de 2005 de las sociedades indicadas en el cuadro adjunto que tienen obligación legal de someter sus cuentas anuales a auditoría obligatoria han sido auditadas por Deloitte, a excepción de aquellas correspondientes a Compañía Inversora en Medios de Comunicación, S.A. (CIMECO) auditadas por Ernst & Young, las correspondientes a Distrimedios, S.A. y Val Disme, S.L. auditadas por KPMG Auditores, las correspondientes a Rotok Industria Gráfica, S.A. auditadas por LKS Auditores y las correspondientes a Federico Domenech, S.A. auditadas por Jesús Medal y Asociados.

Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de Gestión Consolidado correspondiente al Ejercicio 2005

La economía mundial ha continuado en el año 2005 con un ritmo de crecimiento relativamente vigoroso por encima del 4%. El principal impulso sigue correspondiendo a Estados Unidos y las economías emergentes de Asia, a lo que se une el reforzamiento de la recuperación en la zona del euro y Japón. No obstante, persisten las incertidumbres vinculadas a los desequilibrios exteriores que suponen el déficit de Estados Unidos, los elevados excedentes de las economías asiáticas y la volatilidad de los precios del petróleo.

En este entorno internacional, la economía española ha mostrado una evolución dinámica al registrar el PIB un aumento del 3,4%, tres décimas superior a la del 2004 siendo la tasa mas elevada desde el año 2001 que amplía hasta algo mas de dos puntos porcentuales el diferencial favorable para España frente a la zona del euro. El crecimiento económico continúa apoyado en la demanda nacional impulsada por los bajos tipos de interés reales y el fuerte dinamismo de empleo especialmente en el sector de la construcción y servicios. El comportamiento de los precios de la energía y la aceleración de los precios de los productos no elaborados ha motivado el crecimiento del IPC que cerró el año en un 3,7%, cinco décimas por encima del año anterior.

Por otro lado, en un contexto de positivos resultados empresariales, las Bolsas españolas elevaron sus cotizaciones con mayor intensidad que en el resto de Bolsas europeas destacando las subidas experimentadas por las compañías de medios de comunicación que cotizan.

En este entorno favorable, por segundo año consecutivo, la inversión publicitaria, uno de los parámetros fundamentales de nuestro sector, ha aumentado por encima del 6%, según los datos del informe anual de inversión publicitaria publicado por Infoadex, que apuntan un crecimiento del 6,8% en 2005. De nuevo, la inversión en medios convencionales registró un crecimiento mayor con un montante de 6.644,8 millones de euros que representa el 48,5% de la inversión total. La inversión publicitaria en televisión alcanzó la cifra de 2.950,8 millones de euros, cifra que representa el 44,4% de la inversión publicitaria anual en medios convencionales. También en el sector audiovisual, la radio ha crecido en inversión publicitaria alcanzando la cifra de 609,9 millones de euros y uno de los crecimientos más notables con un 12,9%. Los diarios, en segundo lugar de nuevo, agruparon una total inversión de 1.666,4 millones de euros, un 5,2% por encima del año anterior. Las revistas cierran un año en el que han perdido audiencia y registran el menor incremento de inversión publicitaria de todos los medios convencionales por debajo de la inflación. Lo contrario de Internet que sigue aumentando su penetración y su capacidad de atraer ingresos publicitarios logrando una inversión de 120,5 millones, un 27,7% mas que el año anterior.

En un año en el que el panorama de los medios de comunicación ha evolucionado significativamente con mercados en transformación, principalmente el audiovisual, Vocento ha afianzado su posición como grupo multimedia líder en España con presencia en todos los ámbitos de la comunicación.

ÁREAS DE NEGOCIO

Entrando en el detalle en cada una de las áreas de negocio en las que participa nuestro Grupo podemos resaltar los siguientes comportamientos en el ejercicio 2005.

MEDIOS IMPRESOS

En el apartado de prensa, Vocento se consolida como el primer grupo de comunicación en España por numero de ejemplares, con 810.446 ejemplares diarios vendidos.

	2005 (1)	2004	2003	2002	2001
ABC	278.166	276.915	266.818	262.874	279.050
El Correo Español	124.843	126.148	128.007	130.042	131.383
El Diario Vasco	89.259	90.162	91.499	91.391	94.373
La Verdad	40.125	40.528	40.223	40.832	42.029
El Diario Montañés	40.060	40.062	40.037	40.136	40.558
Sur	36.501	38.124	38.719	38.953	39.508
El Norte De Castilla	39.008	38.955	38.850	38.569	38.503
Ideal	34.015	34.543	35.685	35.894	36.405
El Comercio	28.055	28.308	28.058	27.797	28.925
Hoy	25.509	25.765	26.033	26.060	26.240
La Rioja	17.003	17.208	17.006	16.532	16.706
La Voz de Cádiz	14.030	15.172			
Subtotal Grupo	766.574	771.890	750.935	749.080	773.680
Las Provincias (2)	43.872	42.921	43.095	42.905	46.107
Total	810.446	814.811	794.030	791.985	819.787

(1) Fuente: datos mensuales la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), pendiente de certificación anual.

(2) Porcentaje de participación del 36,42% a 31 de diciembre de 2005. A fecha del informe, la participación asciende a 57,42%.

Por lo que respecta a la audiencia, las cifras de Vocento también ponen de manifiesto el liderazgo en el campo de la prensa de información general, siendo cada uno de los periódicos regionales, el autentico referente social en sus respectivos ámbitos geográficos. La audiencia conjunta alcanzó 3,5 millones de lectores diarios que representa una cuota de mercado del 25,4% de la audiencia global de los periódicos de información general españoles, cifrada dicha audiencia en 13.823.000 de lectores según el Estudio General de Medios (EGM) acumulado de febrero a noviembre de 2005.

(miles de lectores) (1)	2005	2004	2003	2002	2001
ABC	840	903	802	813	802
El Correo Español	592	544	549	604	543
El Diario Vasco	324	322	312	304	341
La Verdad	268	266	287	271	284
El Norte de Castilla	252	266	242	261	246
El Diario Montañés	201	219	196	173	184
Ideal	171	189	215	219	172
Sur	206	212	193	169	166
El Comercio	193	175	193	148	161
Hoy	151	169	191	191	150
La Rioja	85	93	92	70	79
La Voz de Cádiz	37				
Subtotal Grupo	3.320	3.358	3.272	3.223	3.128
Las Provincias (2)	185	194	163	183	248
Total	3.505	3.552	3.435	3.406	3.376

(1) Datos EGM Febrero – Noviembre. Ranking de medios impresos.

(2) Ver cuadro anterior.

ABC

El segmento ABC, que incluye la actividad editora, edición digital y la televisión local de Sevilla, ha cerrado el ejercicio con una cifra de total ingresos de 206,4 millones de euros y un beneficio de 8,1 millones de euros.

La difusión crece por tercer año consecutivo a pesar de la caída generalizada que lleva sufriendo el mercado de la prensa de información general de pago en los últimos años.

En este ejercicio se ha producido el hecho significativo de la ampliación de capital en ABC Sevilla, S.L. el 25 de febrero de 2005, mediante la aportación no dineraria de rama de actividad de la edición, impresión y distribución del ABC para Sevilla y demás ediciones andaluzas con la finalidad de impulsar la multimedia en Andalucía y gestionar ABC Sevilla como tal.

Durante este ejercicio ABC ha continuado desarrollando su intensa actividad social, cultural e institucional.

Multimedia Regional

En un marco de mayor competencia, la Multimedia Regional ha permitido a Vocento mantener el liderazgo en todas las regiones donde está presente, completando el modelo estratégico de cada multimedia regional, compuesto por periódico, edición digital, TV, radio, periódico gratuito y comercializadora publicitaria. El 2005 ha sido un año de consolidación de proyectos iniciados el año pasado como el diario La Voz de Cádiz, distribuido principalmente en Cádiz y provincia.

El segmento Multimedia Regional ha cerrado el ejercicio con una cifra de total ingresos de 473,2 millones de euros y un beneficio de 57,8 millones de euros. Dentro de este segmento, la fortaleza de la estrategia de multimedia regional se refleja en los excelentes resultados obtenidos por los once periódicos cuya cifra de ingresos agregada asciende a 346,8 millones de euros que representa un crecimiento del 9,8% frente al 2004, obteniendo un resultado de explotación de 89,3 millones de euros que supone un incremento del 7,7% frente al ejercicio anterior.

Cabe destacar este año, el buen comportamiento comparativo de los ingresos generados por publicidad en nuestros medios regionales, gracias a la posición de liderazgo informativo en difusión con un total para los once periódicos regionales de 488.408 ejemplares diarios y una audiencia de 2.480.000 lectores, según 3ª ola 2005 del E.G.M.

En un entorno publicitario de cierta incertidumbre y feroz competencia por la aparición de nuevos soportes publicitarios, CM XXI, Corporación de Medios, S.A. ha continuado su proceso de consolidación como empresa comercial de medios impresos y audiovisuales con la incorporación de la gestión comercial de Punto Radio y Punto TV que se hizo efectiva a primeros de año. A su vez, otro de los hitos importantes ha sido la incorporación a CM XXI del equipo comercial local de ABC y de Onda6, dando los primeros pasos hacia la creación de un equipo multimedia local capaz de gestionar la publicidad local de Madrid en medios impresos y audiovisuales. Incluyendo las cifras directamente facturadas por CM XXI, los ingresos gestionados ascendieron a 221 millones de euros, un 12,5% más que el año precedente.

Por último, en Internet destacar el avance en rentabilidad de nuestros portales locales, que han alcanzado los 4,3 millones de usuarios únicos mensuales y más de 102 millones de páginas vistas / mes, un 64% superior respecto a diciembre 2004.

Taller de Editores, S.A. (TESA)

El año 2005 los suplementos dominicales han perdido audiencia pasando de 11,0 millones de lectores a 10,3 millones de lectores pero se han visto favorecidos por la saturación del medio de televisión que ha favorecido el crecimiento de la inversión publicitaria por encima de la media de otros medios convencionales, un 8,4% más que el año anterior.

En el mes de octubre de 2005 se ha lanzado el nuevo XL Semanal con un nuevo diseño más moderno que ha sido muy valorado por los lectores y anunciantes. XL Semanal, a pesar de la leve caída en línea con el mercado, sigue como líder de este segmento con una audiencia de casi 4,4 millones de lectores y con cifras de inversión publicitaria muy positivas alcanzando un crecimiento del 6,1% respecto del año anterior. El Semanal TV registra un ligero descenso de audiencia debido a la leve caída de la difusión de los diarios que la distribuyen cada viernes.

Mujer Hoy durante el año 2005 se ha consolidado como el suplemento femenino líder en audiencia y se sitúa en tercer lugar en el ranking de audiencia. Tras su renovación el año anterior se ha consolidado como soporte de planificación publicitaria de los grandes anunciantes reflejado en el crecimiento en su inversión publicitaria de un 13,2% en el 2005.

(miles de lectores) ⁽¹⁾	2005	2004	2003	2002	2001
XL Semanal	4.336	4.668	4.270	4.214	4.067
Mujer Hoy	2.204	2.237	2.081	2.179	2.315
XL Semanal TV	1.596	1.912	1.975	1.923	2.270

(1) Datos EGM Febrero - Noviembre.

Durante el 2005 se ha iniciado un nuevo canal de distribución de la revista GALA, participada al 50% con GyJ España, perteneciente al grupo alemán Bertelsmann, vinculado a los periódicos de Vocento y socios y asociados de TESA, a través de la venta opcional junto con el periódico durante el fin de semana al precio de 1 euro. Este sistema supone realizar una oferta de la revista a un número de compradores de prensa que superan el millón de lectores.

Por su parte, el resto de las sociedades participadas por TESA, destaca la reorganización de Taller de Ediciones Corporativas, S.L.U. que edita y comercializa publicaciones corporativas ampliando su cartera de 17 a 19 productos e Inversor Ediciones, S.L. que edita Mi cartera de INVERSIÓN, única publicación económica independiente de periodicidad semanal.

AUDIOVISUAL

La apuesta de Vocento por el sector audiovisual se ha potenciado durante el año 2005, tanto desde el punto de vista organizativo con la creación de una división Audiovisual específica, como desde el punto de vista del negocio y su desarrollo. La División Audiovisual de Vocento pasa a convertirse en la tercera gran área de negocio que se une a las ya existentes de Medios Impresos y Diversificación e Internacionalización.

Televisión

El entorno televisivo, en términos de telespectadores creció, según datos de TN Sofres, de 40.779.000 a 41.265.000 telespectadores, mientras que el consumo de televisión se mantuvo prácticamente constante con un consumo medio de 217 minutos diarios por persona.

El ejercicio 2005, se ha caracterizado por profundos cambios en el sector de la televisión comercial, tanto en el ámbito nacional como en el ámbito regional.

A nivel nacional, los cambios legislativos introducidos fundamentalmente por la Ley de medidas urgentes para el impulso de la televisión digital terrestre, de liberalización de la televisión por cable y de fomento del pluralismo, y por la aprobación del plan técnico nacional de la televisión digital terrestre, entre otras, han originado la entrada en el sector de nuevos operadores a nivel nacional, tanto en transmisión de señal analógica como digital. El año 2005 ha sido el de la incorporación de dos nuevos operadores al ya competitivo mercado de la televisión comercial en abierto de ámbito nacional: Cuatro y La Sexta.

En este entorno, Vocento ha realizado una nueva apuesta y una rápida adaptación, rediseñando su concepto de televisión, apostando por contenidos de calidad cercanos a los telespectadores con una nueva imagen de marca y continuidad, teniendo como objetivo a medio plazo convertirse en referente del entorno local. En el mes de septiembre se creó una marca paraguas para toda la red de televisiones de Vocento llamada "Punto TV" estableciendo un logotipo, mosca y demás elementos visuales único. Punto TV finaliza el 2005 con 48 televisiones en 39 provincias, con una cobertura de más de doce millones de ciudadanos, diariamente vista por más de 2 millones ochocientos mil telespectadores, según datos de TN Sofres. En cifras de cuota de mercado, Punto TV ha logrado el 15,2% del total del mercado de televisión local frente al 8,4% del año anterior, alcanzando una cuota de pantalla sobre el mercado total de la televisión del 0,51%, frente al 0,25% de 2004. Destacar que a mediados del 2005, se adquirió presencia en Barcelona y su área metropolitana con la compra de la mayoría de Flaix TV, que hoy opera bajo la marca UrBe TV, y en septiembre del 2005 se relanzó la televisión autonómica madrileña Onda 6 TV con excelentes resultados de audiencia e ingresos.

Telecinco, la cadena participada por Vocento en un 13%, cerró 2005 con una serie de resultados récord, tanto en ingresos, márgenes operativos, como en beneficio neto consecuencia directa del contundente liderazgo de audiencia de Telecinco, la excelente gestión comercial de su espacio publicitario y una acertada política de contención de costes. Telecinco alcanzó unos ingresos netos de publicidad récord de 870,9 millones de euros, un 18% por encima de los 738,4 alcanzados en 2004. El margen bruto operativo EBITDA ajustado logró la cifra de 423,3 millones de euros, un 40,8% más que en 2004. El resultado después de impuestos fue de 290,3 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 35,5% con respecto a 2004, la cifra de beneficios más alta de la historia de Telecinco.

Producción Audiovisual

Dada la evolución del sector audiovisual, Vocento ha apostado por el sector de producción audiovisual (producción de programas de entretenimiento y ficción) concentrada en torno a Verallia, holding de productoras audiovisuales. Dentro de la estrategia de expansión y aprovechamiento de las economías de escala, Verallia ha incrementado su participación en Bocaboca Producciones, S.L. hasta el 70% que permite la consolidación por integración global de la misma, ha adquirido una participación del 30% en Grupo Videomedia S.A., sociedad cabecera del Grupo Videomedia, y ha procedido a la desinversión de su participación del 24% en Árbol Producciones, S.A. con plusvalías significativas.

Radio

También dentro del sector audiovisual, destacar que Punto Radio en su primer año de andadura, se ha posicionado como una de las grandes cadenas generalistas del panorama radiofónico español con excelentes profesionales, una parrilla competitiva y con un modelo que apuesta por la radio local a través de las multimedias regionales. Punto Radio ha alcanzado cobertura nacional, con 114 emisoras, y el apoyo de más de 520.000 oyentes según el Estudio General de Medios.

En lo referente a la radio, a lo largo del año 2005, Vocento redujo al 1,8% su participación en el capital de la cadena COPE.

Medios Digitales

Al mismo tiempo que se incrementaba la oferta de televisión con tecnología analógica, se adoptaban medidas normativas con el ánimo de dar un impulso definitivo a la implantación de la televisión digital terrestre (TDT) en España, fijándose como fecha para la consumación de esta transición tecnológica el 3 de abril de 2010. En junio de 2005 se aprobó la Ley de Medidas Urgentes para el impulso de la televisión digital terrestre, que supuso para NET TV la posibilidad de optar por un segundo canal TDT así como asegurar la explotación de un canal múltiple completo, en el momento que se produzca la desaparición de las emisiones analógicas de TV. El segundo canal le fue otorgado a NET TV en Octubre de 2005 y desde el 30 de noviembre de 2005, opera bajo la marca FLYMUSIC, canal temático musical. Desde el punto de vista administrativo, las televisiones locales de Punto TV han obtenido a finales de 2005 concesiones administrativas autonómicas de televisión digital terrestre TDT en la Comunidad Autónoma de Valencia (con desconexiones provinciales) y en la Comunidad Autónoma de Murcia, que se suman a las ya concedidas licencias de TDT autonómicas de Madrid (Onda 6) y Rioja (TVR), estando actualmente incursas en procesos de concesión de nuevas licencias locales TDT las Televisiones de Gijón y Barcelona.

El panorama de la radio digital, Vocento mantiene dos licencias de radio digitales en E-Media Punto Radio, S.A.U. y Corporación de Medios Radiofónicos Digitales, S.A. Sin embargo, el limitado desarrollo del mercado de receptores, hace que la progresión en el desarrollo de este negocio sea muy lenta.

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Nuevas Tecnologías

Destacar que el mercado de inversión publicitaria en Internet sigue su tendencia de crecimiento que unido al crecimiento de ingresos por contenidos y por comercio electrónico ha permitido a Vocento alcanzar en esta área una facturación de 25,9 millones de euros, 25,8% más que el año anterior con beneficio superior a 2,2 millones de euros.

Durante el 2005, Vocento consolida su posición como primer grupo de comunicación en Internet en España alcanzando el conjunto de todas las web de Vocento un total de 8,5 millones de usuarios únicos mensuales, 51% sobre año anterior, y 532.777 usuarios únicos de media diaria (fuente: OJD dic'05).

El portal generalista Ozú ha consolidado su modelo de negocio alcanzando beneficios en 2005 y una audiencia de 2,2 millones de usuarios únicos (fuente: OJD dic'05) y en el área de servicios de empresas, Sarenat, proveedor de servicios integrales, a pesar de la bajada de los precios de conectividad ha incrementado su facturación en un 12% alcanzando la cifra de 10,2 millones de euros con un beneficio de 1,4 millones de euros.

Como vía de comercialización de los contenidos de Vocento y de terceros, Vocento Media Trader ofrece contenidos digitalizados a portales de Internet, instituciones y empresas, alcanzando en el año 2005 una facturación de 4,5 millones de euros que supone un crecimiento del 42% frente al año anterior, logrando beneficios.

En las actividades de comercio electrónico, subrayar la actividad realizada desde La Trastienda Digital, que ofrece una de las mayores experiencias de venta a distancia en España y cuya facturación alcanzó 3 millones de euros, lo que supone un crecimiento de un 73% sobre año anterior, obteniendo un resultado positivo.

Vocento continua analizando con detenimiento todos sus negocios de Internet desde la perspectiva estratégica, de rentabilidad y de captación de cuota de mercado.

Internacional

La actividad de Vocento en el ámbito internacional se centra en Argentina, a través de las participaciones indirectas en las editoras de los periódicos Los Andes y La Voz del Interior, en Mendoza y Córdoba respectivamente. Durante el año 2005, se logró defender la posición en el mercado ante la entrada de competidores en ambas provincias. Los Andes aumenta su difusión el 7% acompañado de un incremento de su participación en el mercado publicitario y un importante crecimiento de los ingresos de publicidad, 26% sobre el año anterior, y de los resultados.

En cuanto a La Voz del Interior, durante el 2005 mantuvo su posicionamiento pese al incremento de la competencia. Las acciones llevadas a cabo por La Voz durante este año permitieron mantener su participación en el mercado de ejemplares, aumentar su participación en el publicitario, y lograr, en consecuencia, un aumento de la difusión del 1% y un crecimiento del 28% de las ventas de publicidad sobre el año anterior. El nuevo diario Día a Día, lanzado por La Voz del Interior en mayo de 2004 en la provincia de Córdoba, ha alcanzado a mediados del 2005 el punto de equilibrio económico y logrado en menos de un año una participación en el mercado de ejemplares del 15%, consolidándose en este tiempo como el segundo diario de su provincia después de La Voz del Interior. Ambas cabeceras conjuntamente, en términos de difusión, han aumentado su participación total del mercado del 59% al 62%.

Otras participadas

El área de negocio de Otras Participaciones engloba diferentes actividades, que dan soporte a otras divisiones de Vocento, y que van desde la distribución de prensa, hasta servicios telefónicos de valor añadido, organización de eventos o la edición de periódicos gratuitos.

Destacar en el 2005 con la finalidad de rentabilizar las capacidades de producción, se ha llevado a cabo la integración de las plantas de impresión de El Correo y El Diario Vasco, creando al efecto la sociedad matriz Comeco Impresión, S.L.U. que agrupa Bilbao Editorial Producciones, S.L., imprenta ubicada en Zamudio (Vizcaya) que dispone de cinco rotativas, y Sociedad Vascongada de Producciones, S.L.U., ubicada en San Sebastián que dispone de dos rotativas. Recientemente se ha constituido LocalPrint S.L, participada al 50% por Comeco Impresión nacida con el objetivo de construir una imprenta en Elche (Alicante) y que contará con dos rotativas que darán servicio al mercado de la costa levantina.

Para fortalecer la presencia en todos los ámbitos de comunicación, Vocento ha tomado una participación del 30% en Steinberg y Asociados, S.L., agencia especializada en eventos y acciones "below the line".

BALANCE Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADOS

Con la finalidad de aumentar la transparencia en la información financiera y mejorar la calidad de la información financiera y no financiera, consiguiendo así una información más útil y fiable para la gestión de la empresa y para el reporte a terceros, Vocento ha optado presentar los estados financieros consolidados de Vocento, S.A. y sus sociedades dependientes correspondientes a los ejercicios que se inicien a partir del 1 de enero de 2005 de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). En este sentido, Vocento se adelanta así a las futuras obligaciones legales al respecto.

Dentro del balance, el aspecto más significativo viene dado por el mantenimiento de una sólida posición financiera neta que a cierre de ejercicio alcanza la cifra de 227,7 millones de euros. Durante el ejercicio se ha realizado el pago de dividendos que ha supuesto un importe bruto de 21,0 millones de euros.

Por lo que respecta a la cuenta de resultados, los ingresos de explotación ascendieron a 794,5 millones de euros en 2005, lo que supone un crecimiento del 10,6% con respecto al año anterior. Este buen comportamiento se debió al crecimiento de los ingresos publicitarios y los ingresos de circulación. Los ingresos netos por venta de publicidad, que representan el 44,7% del total ingresos han experimentado un crecimiento del 8,8% mientras que los ingresos por venta de ejemplares se incrementan el 2,2%.

En cuanto a los gastos de explotación se incrementan ligeramente por encima de los ingresos situándose la tasa de incremento en el 11,6% afectados por los mayores costes de personal, y el reflejo en los gastos variables del incremento de las partidas de ingresos por venta de ejemplares y de promociones. Los gastos de personal han crecido un 11,7% como consecuencia del incremento salarial, del aumento de plantilla por la puesta en marcha de televisiones locales y comercializadoras regionales y por la incorporación de las cifras de BocaBoca. Se incrementa el gasto de papel en un 6,3% dada la tendencia alcista de los precios del papel en el mercado mundial.

El resultado de explotación alcanzó la cifra de 81,0 millones de euros en 2005 lo que representa un incremento del 2,4%.

El resultado financiero positivo de 2,5 millones de euros supone una mejora de 3,2 millones de euros respecto 2004 dada la contribución del rendimiento financiero de la posición de tesorería de Vocento.

En cuanto al resultado de sociedades por el método de participación, entre las sociedades que aportan beneficios, destaca el resultado aportado por Telecinco que ha cerrado el ejercicio con un beneficio de 290,3 millones de euros frente a los 214,2 millones de euros del año anterior, que representa un incremento del beneficio del 35,5%. El efecto de la mayor aportación de Telecinco y la incorporación de Grupo Videomedia S.A. se compensa levemente con la menor de BocaBoca, que desde septiembre de 2005 consolida sus resultados globalmente en Vocento, la desinversión de la participación del 24% en Árbol Producciones, S.A y la participación en las pérdidas de la revista Gala que editamos en unión con G+J España Ediciones.

El beneficio de las actividades ordinarias de Vocento antes de impuestos se sitúa en 143,2 millones de euros frente a los 190,1 millones de euros del año anterior. Destacar que el año anterior se recogió el ajuste en precio por la desinversión del 12% de Telecinco enajenado en el ejercicio 2003 pero cuyo ajuste positivo al precio de venta derivado de la revalorización de la cotización, por importe de 78,2 millones de euros se contabilizó en el ejercicio 2004.

La cifra de beneficio neto atribuido a la sociedad dominante del ejercicio 2005 asciende a 102,9 millones de euros, frente a los 140,9 millones de euros obtenidos en el año 2004, cifra esta última influenciada por el ajuste por la desinversión de Telecinco mencionado anteriormente.

Las acciones propias en poder de la sociedad al 31 de diciembre de 2005 ascendían a 7.339, sin que se haya producido movimiento alguno durante el ejercicio, con un valor en libros de 9.473 euros que representan el 0,006% del capital social.

Sobre estos resultados financieros así como las cifras tanto de difusión como de audiencia que han sido la fuente de generación de los mismos, se asientan las bases de Vocento, y nos recuerdan permanentemente el nivel de responsabilidad y compromiso, que asumimos desde nuestro Grupo, tanto con nuestros lectores como con los anunciantes a los que servimos.

La eficaz línea de gestión de Vocento le ha llevado a continuar en la senda del crecimiento sostenido que viene caracterizando al Grupo desde hace años. Esto nos hace afrontar el ejercicio con unos objetivos ambiciosos, fortalecimiento de la posición en el área audiovisual y nuevas tecnologías, mantenimiento del liderazgo en prensa de información general con calidad y crecimiento en rentabilidad, que posicionaran a Vocento más líder en prensa de información general, más fuerte como grupo multimedia consolidador, y lo situaran en una mejor posición para acometer el liderazgo de la comunicación en nuestro país.

INFORME DE AUDITORIA DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

A los Accionistas de
Vocento, S.A.:

1. Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes que conjuntamente integran el Grupo denominado Vocento, que comprenden el balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2005 y la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujos de efectivo consolidado, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y la memoria de cuentas anuales consolidadas correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, cuya formulación es responsabilidad de los Administradores de Vocento, S.A. como Sociedad Dominante. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales consolidadas en su conjunto, basada en el trabajo realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, que requieren el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales consolidadas y la evaluación de su presentación, de los principios contables aplicados y de las estimaciones realizadas.
2. Las cuentas anuales consolidadas adjuntas del ejercicio 2005 son las primeras que el Grupo prepara aplicando las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE), que requieren, con carácter general, que los estados financieros presenten información comparativa. En este sentido, y de acuerdo con la legislación mercantil, los Administradores de la Sociedad Dominante presentan, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance de situación, de la cuenta de pérdidas y ganancias, del estado de flujos de efectivo, del estado de cambios en el patrimonio neto y de la memoria de cuentas anuales, además de las cifras consolidadas del ejercicio 2005, las correspondientes al ejercicio anterior, que han sido obtenidas mediante la aplicación de las NIIF-UE vigentes al 31 de diciembre de 2005. Consecuentemente, las cifras correspondientes al ejercicio anterior difieren de las contenidas en las cuentas anuales consolidadas aprobadas del ejercicio 2004, que fueron formuladas conforme a los principios y normas contables vigentes en dicho ejercicio, detallándose en la Nota 3 de la memoria de cuentas anuales consolidada adjunta las diferencias que supone la aplicación de las NIIF-UE sobre el patrimonio neto consolidado al 1 de enero y al 31 de diciembre de 2004 y sobre los resultados consolidados del ejercicio 2004 del Grupo. Nuestra opinión se refiere exclusivamente a las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2005. Con fecha 1 de abril de 2005, emitimos nuestro informe de auditoría acerca de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2004, formuladas conforme a los principios y normas contables vigentes en dicho ejercicio, en el que expresamos una opinión favorable.
3. En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2005 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio consolidado y de la situación financiera consolidada de Vocento, S.A. y Sociedades Dependientes que conjuntamente forman el Grupo denominado Vocento al 31 de diciembre de 2005 y de los resultados consolidados de sus operaciones, de los cambios en el patrimonio neto consolidado y de los flujos de efectivo consolidados correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha y contienen la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuada, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea, que guardan uniformidad con las aplicadas en la preparación de los estados financieros correspondientes al ejercicio anterior que se han incorporado a las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2005 a efectos comparativos.
4. El informe de gestión consolidado adjunto del ejercicio 2005 contiene las explicaciones que los Administradores de la Sociedad Dominante consideran oportunas sobre la situación del Grupo, la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2005. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión consolidado con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de las sociedades consolidadas.

DELOITTE
Inscrita en el R.D.A.C. N° S0692

Alberto Uribe-Echevarría Abascal
31 de marzo de 2006

INSTITUTO DE
CENSORES JURADOS
DE CUENTAS DE ESPAÑA

Miembro especialista
DELOITTE, S.L.

Año: 2.006 nº: S0692
IMPORTE COLEGIAL: 67,00 €

Este informe está sujeto a la norma
aplicable establecida en la
Ley 44/2002 de 22 de noviembre.



DIRECTORIO



VOCENTO

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 743 81 04
Fax: 91 320 39 95

Polígono Industrial Torrelarragoiti
48170 Zamudio (Vizcaya)
Teléfono: 94 452 36 35
Fax: 94 452 14 20

Presidente de Honor
Guillermo Luca de Tena y Brunet

Presidente
Santiago de Ybarra y Churruca

Vicepresidente y Consejero Delegado
José María Bergareche Busquet

Vicepresidente
Enrique de Ybarra e Ybarra

Vicepresidenta
Catalina Luca de Tena García-Conde

Consejero Adjunto a la Presidencia
Alejandro Echevarría Busquet

Secretario del Consejo
Emilio de Palacios Caro

Director General
Juan Ignacio Mijangos Ugarte

Director General Editorial
Jesús Fernández Vallejos

Director General Financiero
José Manuel Vargas Gómez

Director General de Medios Impresos
Iñaki Arechabaleta Torrónategui

Director General de Diversificación e Internacionalización
Fernando Samaniego Ruiz de Infante

Director General Audiovisual
Víctor Viguri Flores

Director General Comercial
Ángel Doménech Linde

Director de Auditoría Interna
Enrique Marzal López

MEDIOS IMPRESOS

ABC: Santiago Alonso Paniagua

Multimedia Regional

Adjunto Director General Medios Impresos: Santiago Ortega Barba

Adjunto Director General Medios Impresos: David Martínez Gutiérrez

Director de Marketing: Álvaro Rodríguez Guitart

Taller de Editores: José Luis Castelló Plana

AUDIOVISUAL

Director General de Medios Digitales: José María Martín Guirado

Director General Punto Radio: Héctor Casado Caballo

Director General Verbalia: Imanol de Cristóbal Díaz de Tuesta

Adjunto a la Dirección General: Javier Bardají Hernando

Director de Investigación y Márketing: Carlos Fernández Alonso

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Director General de Participadas: Luis Iparraguirre Ovejero

Director General Nuevas Tecnologías: Luis Andreu Serrano

Dirección de Innovación Tecnológica: Carlos Ezquerro

Director de Análisis y Desarrollo de Negocios: Miguel Ángel Díez Ferreira

Dirección de Márketing: Juan Luis Moreno Ballesteros

COMERCIAL

Director General CMXXI: José Luis Hazas Guerra

ÁREAS CORPORATIVAS

Director Económico-Administrativo: José María Vidal Andrés

Director de Compras: Jesús Cuervo Peña

Director de Control de Gestión: Jesús González Cieza

Directora de Relación con Inversores: Beatriz Puente Ferreras

Director de Recursos Humanos: Ignacio Bernabéu de Yeste y Sala

Director de Sistemas: Iñaki Ballano Olano

DIRECCIÓN GENERAL EDITORIAL

Director de Opinión: Juan Carlos Viloria

Directora de Relaciones Externas: María Vega de Seoane

Director de Comunicación: Ángel Rojas Ribayo

ASESORÍA JURÍDICA

Asesoría Jurídica: Emilio de Palacios Caro

ABC

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 339 90 00
Fax: 91 320 35 55/36 20
www.abc.es

Presidenta y Editora
Catalina Luca de Tena García-Conde

Consejero Delegado
Santiago Alonso Paniagua

Director General
José Luis Romero

Adjunto al Consejero Delegado
Emilio Ybarra Aznar

Director
José Antonio Zorzalejos Nieto

Director Adjunto
Eduardo San Martín

Director Adjunto
Juan Carlos Martínez

Gerente Económico Financiero
José María Cea Soriano

Gerente Comercial
Laura Múgica Codina

Gerente Producción y Sistemas
Francisco García Mendivil

Director General Abc.es
Roberto de Celis

ABC SEVILLA

C/ Albert Einstein, s/n
41022 Isla de la Cartuja – Sevilla
Telf: 95 448 86 00
Fax: 95 448 86 24

Presidenta
Catalina Luca de Tena García-Conde

Director General
Rafael Bravo

Director
Álvaro Ybarra Pacheco

Director Adjunto ABC Córdoba
Fernando Del Valle

Director Gerente
Felipe Del Cuvillo

Director de Gestión
Juan José Bonillo

Director Técnico y Producción
Marcial Martínez Trigo

Director Comercial CM Abc Sevilla
Javier Resa

Director Marketing CM Abc Sevilla
Fernando Rebollo

Director Gerente Sevilla Tv
Jesús Plata

ABC ARAGÓN

C/ San Jorge, 8 – 4º Plta.
50001 Zaragoza
Telf: 976 29 13 14
Fax: 976 29 00 37

ABC CATALUÑA

Paseo de Gracia, 84 – 8ª Plta.
08008 Barcelona
Telf: 93 272 16 20
Fax: 93 487 91 28

ABC GALICIA

C/ Antonio Gómez Vilasó, 3 – 1º B
15702 Santiago de Compostela
(La Coruña)
Telf: 981 52 19 52
Fax: 981 52 22 91

ABC VALENCIA

Pza. Ayuntamiento, 19 – 3º A
46002 Valencia
Telf: 96 351 37 99
Fax: 96 351 37 69

ABC BILBAO

C/ Berastegui, 5-6ª Plta.
48001 Bilbao
Telf: 94 424 15 67
Fax: 94 424 78 43

ABC CÓRDOBA

C/ Conde de Gondomar, 9 – 3ª Plta.
14003 Córdoba
Telf: 957 49 76 75
Fax: 957 49 63 02

ABC TOLEDO

C/ Barrio Rey, 9 –1º
45001 Toledo
Telf: 925 28 44 07
Fax: 925 22 61 73

ABC CASTILLA Y LEON

Plaza de la Rinconada, 9 –3ºB
47001 Valladolid
Telf: 983 37 40 51
Fax: 983 38 04 53

ABC CANARIAS

Calle Los Balcones, 8 Of.3
35001 Las Palmas de Gran Canaria
Telf: 928 33 03 42
Fax: 928 33 23 10

EL CORREO

Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Teléfono: 94 487 01 00
Fax: 94 487 01 11
www.elcorreedigital.com

Presidente
Santiago de Ybarra Churruca

Director General
Iñigo Barrenechea Lombardero

Director
Angel Arnedo Gil

Director Gerente
Ignacio Pérez Alonso

Director Adjunto
Francisco Beltrán Urcelai

Directora de Márketing
Carmen Manrique González

Director Financiero
Ignacio Caballero Badiola

Director de Control Comercial
Alfredo Sánchez García

Director Gerente CM Norte S.A.
José Barrenechea Corrales

Directora Gerente El Correo Digital
María Goti Ciprián

Director Gerente Álava
Javier Doval

Directora Gerente Bilbovisión y Punto Radio
María José Elguea

Director Gerente Álava 7 TV
Antonio Barrena

EL DIARIO VASCO

Camino de Portuetxe, 2
20018 San Sebastián
Teléfono: 943 41 07 00
Fax: 943 41 08 16
www.diariovasco.com

Presidente
Santiago de Ybarra Churruca

Director General
Fernando Berridi de Quevedo

Director
José Gabriel Mujika Migueliz

Adjunto a la Dirección
José Luis Minondo Hualde

Subdirector
Pedro Gabilondo Pujol

Subdirector
Sebastián Valencia Abete

Director Control de Gestión
Oscar Corchón Zamora

Director de Relaciones Institucionales
Enrique Erentxun Echavarría

Director Técnico
Marcial Ezponda

Director de Márketing
Iñigo Espinosa Vera

Directora R. Laborales
Mercedes Oyarzábal Valoria

Gerente Audiovisual
Leandro Irazusta

Director Gerente Digital Vasca
Iñigo Kortabitarte

Director DV Multimedia
Iñigo Iribarnegaray

EL DIARIO MONTAÑÉS

Calle de la Prensa, s/n - La Albericia
39012 Santander
Teléfono: 942 35 40 00
FAX: 942 34 10 07
www.eldiariomontanes.es

Presidente
Mariano Linares Argüelles

Director General
Manuel Campillo Álvarez

Director
Manuel Ángel Castañeda Pérez

Director Adjunto
José Emilio Pelayo Valdeolivas

Subdirector
Jesús María Serrera Ranero

Director Gerente
Juan Manuel Higuera Casanueva

Director Financiero
Miguel Ángel Terán

Director Comercial
Julián Pelayo Valdeolivas

Director Técnico
Alfonso Sánchez Villegas

Director Audiovisual
Javier Rodríguez Cordero

Gerente Audiovisual e Interactiva
Ángel Quintos Ríos

Director de Desarrollo Cantabria Interactiva
José Antonio Teixeira

LA VERDAD

Camino Viejo de Monteagudo, s/n
30160 Murcia
Teléfono: 968 36 91 00
FAX: 968 36 91 47
www.laverdad.es

Presidente
José Antonio Lozano Teruel

Director General
Daniel Gidróñ Sánchez

Director
José María Esteban Ibáñez

Director Adjunto
Mariano Caballero Carpena

Subdirector
José Carreres Lliso

Director de Márketing
José Manuel Jiménez Romera

Director Control de Gestión
Julio de Andrés Mompeán

Director Financiero
Carlos Atienza Fuentes

Director Comercial
Ricardo Villar Muñoz

Director Técnico
Francisco Javier Fernández Esplá

Directora Recursos Humanos
M^a Carmen Valentín Asta

Gerente CM Levante
Cristina Calzón

Gerente Audiovisual
Inmaculada Fernández

Director Audiovisual
Antonio Semitiel García

Gerente La Verdad Digital
Juan Diego Sastre Sánchez

IDEAL

C/Huelva , 2 - Pol. Asegra
18210 Peligros (Granada)
Teléfono: 958 80 98 09
Fax: 958 40 24 20
www.ideal.es

Presidente
José Andrés Morenodávila Hernández

Director General
Diego Vargas García

Director
Eduardo Peralta de Ana

Subdirector
Esteban de las Heras Valvas

**Director de Relaciones
Institucionales**
Melchor Saiz-Pardo Rubio

Director de Márketing
Pablo Madina Martínez

Director de Control de Gestión
Jesús Torre Ramos

Director Financiero
Julián Fernández León

Director Técnico
José Antonio Henares González

Gerente CM Andalucía S.L.U
Jorge Artero Núñez

Gerente Teleideal
Salvador Blanco López

HOY

Carretera de Madrid-Lisboa, 22
06008 Badajoz
Teléfono: 924 21 43 00
Fax: 924 20 53 17
www.hoy.es

Presidente
Pelayo Moreno Sánchez

Director General
José Luis Pastor Torres

Director
José Luis Sánchez-Izquierdo Aguirre

**Director Gerente Comercial y
Márketing**
Antonio Pitera Corraliza

Subdirector
Manuel García Carmona

Subdirector
Juan Domingo Fernández Gómez

Director Financiero
Juan Francisco Torres Carvajal

**Director de Relaciones
Institucionales**
Francisco González Zurrón

Directora Técnica
Dolores Benegas Capote

Gerente Telefrontera
Iñaki Córdoba

DIARIO SUR

Avda. Doctor Marañón, 48
29009 Málaga
Teléfono: 95 264 96 00
Fax: 95 227 95 04
www.diariosur.es

Presidente
Rafael González-Gallarza Morales

Director General
Juan Soto Bermúdez

Director
José Antonio Frías Ruiz

Director Gerente
Jesús Terreros Andreu

Director de Publicaciones
Pedro Luis Gómez Carmona

Subdirector
Julián Quirós Morago

Director de Márketing
Joaquín Cestino Castilla

Director Financiero
Hugo Ferré Ruiz

Director Técnico
Fernando de Gálvez Pérez

Gerente CM Sur
Íñigo Gómez Damborenea

Gerente Canal Málaga
Luis Gerardo Cuburu Bidault

Gerente Sur Digital
Federico Moret

LA RIOJA

Vara del Rey, 74
26002 Logroño
Teléfono: 941 27 91 07
Fax: 941 27 91 06
URL: www.larioja.com

Presidente
José Ignacio Achiaga López

Director General
Jesús Alloza Moya

Director
José Luis Prusén de Blas

Subdirector
Julián Íñigo Boillos

Director Financiero
Ángel de las Heras Gonzalo

Gerente TVR
Javier Blanco Rovira

Director Técnico
Javier Asín Bermejo

Directora de Márketing
Elvira González-Ripa Sabrás

Gerente Rioja Medios
Pablo Amillano Urdampilleta

Gerente Medios Audiovisuales
Javier Blanco Rovira

Gerente rioja.com
Nuria Isasi Ortega

Responsable Técnico Multimedia
Enrique Medrano Llorente

EL NORTE DE CASTILLA

Vázquez de Menchaca, 10
Pol. Argales
47008 Valladolid
Teléfono: 983 41 21 00
Fax: 983 41 21 32
www.nortecastilla.es

Presidente
Alejandro Royo-Villanova Paya

Director General
Alfonso Dominguez-Guilarte Villar

Director
Carlos Roldán San Juan

Subdirector
José Luis Lloret Díez de Rivera

Subdirectora
María Eugenia Marcos García

Directora Financiera
Mayte Zamorano Marcos

Director Marketing
César Juárez Álvarez

Director Técnico
Miguel Álvarez Crespo

Gerente CM Castilla y León
Manuel Salgado

EL COMERCIO

Calle del Diario EL COMERCIO, 1
33207 Gijón
Teléfono: 985 17 98 00
Fax: 985 34 09 55
www.elcomerciodigital.com

Presidente
José M^a González Fernández

Director General
Julio Maese Guisasola

Director
Íñigo Noriega Gómez

Director Adjunto
José Antonio Rodríguez Canal

Director Adjunto
Benjamín Lana Velasco

Subdirector
Ángel González Bermúdez

Director "La Voz de Avilés"
Juan Manuel Wes López

Directora de Márketing
Nuria Cosío Fernández

Director Gerente
Gregorio Ezama Meabe

Director Técnico
Fernando Malumbres Marín

Gerente CM Asturias
Julio Valle Ruiz

LA VOZ DE CÁDIZ

Edificio Glorieta
Glorieta Zona Franca s/n
11011 Cádiz
Teléfono: 956 24 09 00
Fax: 956 25 32 16

Presidente
Luis de Mora-Figueroa Dingwall-Williams

Director General
Antonio González García

Directora
Eulalia González Santiago

Director Gerente
José Antonio Ansede

Director de Márketing
Alejandro Grosso

Director Técnico
José Alberto Ortega

Directora financiera
Catalina Sustacha

Director Comercial
Juan Carlos Vega

LAS PROVINCIAS

Polígono Industrial Vara de Quart
C/Gremis, 1
46014 Valencia
Teléfono: 96 350 22 11
Fax: 96 359 01 88
www.lasprovincias.es

Presidente
Guillermo Zarranz Doménech

Vicepresidente
José Reyna Doménech

Director General
Jesús Sérvulo González Sánchez

Director
Pedro Ortiz Simarro

Subdirector
Jesús Coello Matesanz

Subdirector
Pedro Briongos Velasco

**Director de Relaciones
Institucionales**
Francisco Pérez Puche

Director Financiero
Miguel Iparraguirre Ovejero

Director Recursos Humanos
Pedro Tello Láinez

Director Comercial y Marketing
Carlos Rial Castañeda

Director Técnico
José M^a Seguí Aroca

Gerente CM Las Provincias
Jesús García Valcarce

Director Radio LP
Alfonso Quiñones Romero

Director LP Teva
Juan Candela López

CMXXI

José Abascal, 56 - 2º
28003 Madrid
Teléfono: 91 456 47 17
Fax: 91 456 47 04
www.cmxxi.es

Director General
José Luis Hazas Guerra

Director General Adjunto
Jesús Quesada Moya

Directora Financiera
Manuela Tribaldos Candel

Directora de Marketing
María Lizarraga

Directora Área Revistas
Liliana Maguregui

Director Área Prensa
Jaime Luca de Tena

Director Área Internet
José Raul González

Director Área Desarrollo e Intermediación
Carlos Lázaro Gumiel

Director Área Radio
Fernando Bonsoms

Director Área Televisión
Fernando Gómez-Acebo

Directora Área Multimedia Local
Fátima Martínez

Director Oficina Barcelona
Juan Francisco Pérez Pretel

TALLER DE EDITORES

José Abascal, 56 - 1º
28003 Madrid
Teléfono: 91 456 46 00
Fax: 91 456 47 00
www.tallerdeeditores.com

Presidente
Jesús Fernández Vallejos

Director General
José Luis Castelló Plana

Director de Publicaciones
Miguel Larrea Zabalegui

Directora Editorial
Mara Malibrán Vieytiz

Directora Gerente
María José Romero San José

Director Financiero
Jorge Ortega Carballo

Director Técnico
José Carlos Martín Ruiz

Director de Marketing
José Meseguer Martín

XLSEMANAL

www.xlsemanal.com

Directora
Mar Cohnen Torres

Subdirectora
Ana Tagarro

XLSEMANAL TV

Directora
Elena Castelló

MH MUJER HOY

www.mhmujer.com

Directora
Yolanda Aguilar

COLPISA

www.colpisa.com

Director
Rogelio Rodríguez Blanco

Subdirector
Luis Fernando Rodríguez

TALLER DE EDICIONES CORPORATIVAS

Director Editorial
Jacinto Pérez Iriarte

INVERSIÓN

José Abascal 56, 7º
28003 Madrid
Teléfono: 91 456 33 20
Fax: 91 456 33 29

Director
Rafael Rubio Gómez-Camirero

Subdirector
Manuel Moreno Capa

PUNTO RADIO

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 339 95 35
Fax: 91 320 29 72
www.puntoradio.com

Presidente
José M^a Bergareche Busquet

Consejero Delegado
Víctor Viguri Flores

Director General
Héctor Casado

Adjunta al Director General
Pilar Pareja

Director de Informativos
Javier Fernández Arribas

Director de Programas
Francisco Gandoy

Director de Emisoras Asociadas
Iñaki Tellechea

Director Técnico
Luis Arbide

**Directora Administrativo-
Financiera**
Lola Catena

Directora de Comunicación
Mónica Pérez Callejo

TELECINCO

Ctra. de Irún, Km. 11.700
28049 Madrid
Teléfono: 91 396 63 00
www.telecincos.es

Presidente
Alejandro Echevarría Busquet

Consejeros Delegados
Paolo Vasile y Giuseppe Tringali

Dtor. Gral. Gestión y Operaciones
Massimo Musolino

Dtor. Gral. de Contenidos
Manuel Villanueva

Secretario Gral.
Mario Rodríguez

**Director Gral. de Desarrollo de
Negocio de Atlas**
Chema Bautista

**Director General de Informativos
Telecinco**
Pedro Piqueras

Directora de Comunicación
Mirta Drago

BOCABOCA PRODUCCIONES

Claudio Coello, 17 Bajo
28001 Madrid
Teléfono: 91 566 15 00
Fax: 91 566 15 15
www.bocaboca.com

Presidente
César Benítez

Director General Gerente
Javier Camacho

**Director General de Producción
de TV**
Carlos Arias

Director Económico Financiero
Ángel Turrión

Director Producción de Cine
Emilio A. Pina

Director de Marketing y Ventas
Alfredo Ereño

GRUPO EUROPRODUCCIONES

Virgilio, 5
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Teléfono: 91 512 98 00
Fax: 91 512 98 20
www.europroducciones.com

Presidente
Arturo Vega

Vicepresidente
Francesco Boserman

Director General
Carlo Boserman

Director Administrativo Financiero
José M^a Santalices

VIDEOMEDIA

José Isbert, 2
Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid
Teléfono: 91 512 80 00
Fax: 91 512 80 17

Presidente
Jorge Arqué Ferrari

Director Gerente
Francisco Pérez Beneroso

Director Financiero
Jaime Díaz

PUNTO TV

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 339 90 00
Fax: 91 742 63 52

**Director de Operaciones de
Televisión Locales**
Valentín Prieto

Programación de TV Locales
Santiago Gómez Amigo

Red de emisoras TV locales
José M^a Moreno Peña

VOCENTO MEDIA TRADER

Parque Tecnológico de Zamudio,
Edif. 105, pl. 1^a
48170 Zamudio (Vizcaya)
Teléfono: 94 431 70 33
Fax: 94 431 70 45
www.vocentomediatrader.com

Director General
Javier Font

Tecnología y Sistemas
Lucía Graña

Servicios Digitales
Nuria Álvarez

Nuevas Actividades
Alfonso Nogales

ONDA SEIS

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 339 90 06
Fax: 91 393 26 43
www.onda6.com

Director Gerente
Juan Carlos García Gutiérrez

Directora comercial
María José Dorado Rodríguez

SARENET

Parque Tecnológico Edif. 103
48170 Zamudio - Vizcaya
Teléfono: 94 420 94 70
Fax: 94 420 94 65
www.sarenet.es

Consejero Delegado
Roberto Beitia Bastida

Director General
José M^a Fernández Bilbao

Director Técnico
Alberto Álvarez López

Directora Financiera
Karen Tegethoff

Directora de Marketing
Charo Arranz

CIMECO

Avda. Córdoba, 939-4^o Piso
15054 Buenos Aires (Argentina)
Teléfono: + 54 11 41 31 03 04
Fax: + 54 11 41 31 03 48

Directora General
Laura Ge

**GRATUITOS DE CORPORACIÓN
DE MEDIOS**

Avenida San Adrián, 26
48003 Bilbao
Teléfono: 94 410 46 60
Fax: 94 410 43 19

Gerente
Idoia Iruetagoiena Valle

COMECO IMPRESIÓN. S.L

Polígono Industrial Torrelarragoiti
48170 Zamudio (Vizcaya)
Teléfono: 94 452 36 35
Fax: 94 452 14 20

Director General
José Ramón Rojas Miguel

BILBAO EDITORIAL PRODUCCIONES, S.L

Polígono Industrial Torrelarragoiti
48170 Zamudio (Vizcaya)
Teléfono: 94 452 36 35
Fax: 94 452 14 20

Director General
Luis García Loira

SOCIEDAD VASCONGADA DE PRODUCCIONES, S.L

Camino de Portuete, 2
20018 San Sebastián
Teléfono: 943 41 07 00
Fax: 943 41 08 16

Director General
Juan Rodríguez Laburu

BERALÁN

Ama Kandida, 21 - Pol. Denak
20140 Andoain (Guipúzcoa)
Teléfono: 943 30 04 32
Fax: 943 30 00 04

Director General
Sebastián Barinaga-Rementería
Badiola

Gerente
Patxi Landa Etxeberria

Director de Operaciones
José Miguel Iriondo Orbegozo

Directora Económico-Financiera
Gentzane Belaustegigoitia Izagirre

SECTOR MD

Kareaga, 55
48903 Barakaldo (Vizcaya)
Teléfono: 985 99 08 28
Fax: 985 99 04 80

Director General
José Luis de la Guerra

Gerente Comercial
Jesús María Hoya

Director Administrativo Financiero
Daniel Díaz

Directora de operaciones
María Jesús de la Pinta

Director de Capital Humano
Elías Maiztegui

DISTRIRUTAS

Avda. de la Industria, 22
28820 Coslada-Madrid
Teléfono: 91 673 57 60
Fax: 91 672 78 33

Director General
Luis Manuel Díaz Pérez

Gerente
Tomás Martínez Minguez

COTLAN 900

Edificio Metroalde
Carretera Bilbao-Galdacano, 6 - A-3º
48006 Bilbao
Teléfono: 94 459 86 20
Fax: 94 459 88 15

Gerente
Alberto Guisado Velarde

Directora Comercial
Marta Arnaiz

Director Técnico
Roberto Gonzálezg

FUNDACIÓN VOCENTO

C/ Pintor Losada, 7
48004 Bilbao
Teléfono: 94 487 01 00
Fax: 94 411 83 54

Presidente
Enrique de Ybarra e Ybarra

MASTER EN PERIODISMO EL CORREO/UPV

C/ Pintor Losada, 7
48007 Bilbao
Teléfono: 94 487 01 00
Fax: 94 473 33 20
www.masterelcorreo.com

Director
Jesús Canga

Coordinadora
Yenofa Arteche

EL NOTICIERO DE LAS IDEAS

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 743 81 04
Fax: 91 320 39 95

Director
Fernando García de Cortázar

ADVERNET

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 339 90 00
Fax: 91 441 42 40

www.advernet.es
www.ozu.es

Director General
Marcos Enriquez

Director de Marketing
Juan Luis Alonso

Director Técnico
Manuel Perez

LA TRASTIENDA DIGITAL

Parque Tecnológico Edif. 105
48170 Zamudio - Vizcaya
Teléfono: 94 431 77 30
Fax: 94 431 87 66
www.lastrastiadigital.com

Director General
Luis González Escribano

Directora Desarrollo de Clientes
Cristina Fernández Iriarte

ALIANZAS Y NUEVOS NEGOCIOS S.L.

Juan Ignacio Luca de Tena, 7
28027 Madrid
Teléfono: 91 339 90 00
Fax: 91 441 42 40

www.hoycinema.com
www.hoymotor.com
www.hoyinversion.com

Directora Última hora
Guiomar del Ser

Directora Hoycinema
Atala Martín

Director Hoymotor
Carlos Lera

Directora Hoyinversión
Macarena Villarrubia

STEINBERG Y ASOCIADOS

Álvaro Caballero, 29 – 2º
28023 Madrid
Teléfono: 91 710 27 20
Fax: 91 372 84 69

Consejero Delgado
Víctor Steinberg

Director General
Pablo Santos

ooooooooo®
o vocento oo
ooooooooo