



**Resultados Trimestrales – 1T2017**

**PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.**

**3 de Mayo de 2017**



Índice	2
Visión general y Unidades de Negocio	3
Cuenta de resultados consolidada	4
Negocio de Educación	5
Negocio de Radio	7
Negocio de Prensa	9
Media Capital	11
Ingresos de Transformación Digital	13
De EBIT a Resultado Neto	14
Posición Financiera	15
Anexo	17



## VISIÓN GENERAL

**El EBITDA ajustado** en el 1T de 2017 crece un 55% hasta **alcanzar los 92,5 millones** de euros (+34,4% de crecimiento a tipo de cambio constante)

Principales titulares del trimestre:

- **En España** la publicidad crece en Radio y en Digital.
- **Las operaciones en Latinoamérica muestran crecimiento del 14%** en moneda local en **Educación**.
- **La radio muestra recuperación en España y Latam**.
- En Portugal, **Media Capital baja sus ingresos** en un mercado que ha comenzado el año con caídas publicitarias significativas.
- **La evolución de los tipos de cambio ha tenido impacto positivo** en el 1T de 2017: 23,9 millones en ingresos y 12,3 millones en EBITDA.
- **La deuda bancaria neta del Grupo se sitúa en 1.481M€ a Marzo de 2017 frente a 1.486M€ a 31 de diciembre de 2016. Disminuyen en 2,4 M€ los gastos financieros** en el periodo por la reducción de deuda.

## UNIDADES DE NEGOCIO

### EDUCACIÓN

- **Santillana ha cerrado el 1T de 2017 con un comportamiento muy sólido. Los ingresos crecen un 28,1% y el EBITDA crece un 57% en euros.**
- **En el 1T del ejercicio tienen lugar las campañas de educación del área sur:** todas las campañas de los países más importantes han aumentado sus ingresos **en moneda constante (+14,8%)**. Destaca **el comportamiento de Brasil** que incrementa sus ingresos en moneda constante un 21,9%.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo en número de alumnos hasta alcanzar los 913,400. **UNO y Compartir continúan su crecimiento con mejora de márgenes**
- **El tipo de cambio ha tenido un impacto positivo en el 1T de 2017 de 22,1 millones de euros en ingresos y de 12,2 millones de euros en EBITDA** principalmente por la evolución de tipos en Brasil.
- **Los ingresos ajustados a tipo de cambio constante crecen un 15% y el EBITDA crece un 33,7%.**

### RADIO

- Según el último EGM, Prisa Radio en España **mantiene su liderazgo** tanto en radio generalista como en musical.
- La **publicidad de prisa Radio en España** se recupera en el 1T del ejercicio mostrando un crecimiento **del 5%**.
- **En LatAm**, los ingresos crecen un 1,4% en euros (-5,1% en moneda local). Destaca el buen comportamiento de México, Chile y Argentina que permiten compensar parcialmente la caída en Colombia.
- **Impacto positivo del tipo de cambio** de 1,6 millones de euros en ingresos y 0,1 millones en EBITDA.
- **El EBITDA ajustado a tipo de cambio constante de la Radio mejora 2,1 millones de euros (+41%) hasta alcanzar los 7,2M€.**

### PRENSA

- **Los ingresos de prensa caen un 12%** en el período. El incremento de la publicidad digital no compensa la caída de la publicidad tradicional y la caída de la circulación.
- **Los ingresos publicitarios** en el período disminuyen un 5,4%.
  - La **publicidad digital** sube un 9,5% (representando ya un 47% del total de ingresos publicitarios de la división)
  - **La publicidad tradicional** cae un -18,2%.
- **Los ingresos de circulación** continúan con caída del 14%.
- En el 1T de 2017 se registran de media **97,4 millones de navegadores únicos (+11,6%)** y **17,2 millones de usuarios únicos** (último dato disponible a febrero).
- **El País** consolida su posición como primer diario en español en el ranking mundial de medios, y **As** acentúa su liderazgo en digital en América.
- **El EBITDA ajustado de Prensa** alcanza 0,9 millones versus 1,4 millones en el mismo periodo de 2016.

### MEDIA CAPITAL

- **Los ingresos totales** de Media Capital disminuyen un 10,2%, en un entorno de mercado publicitario complicado.
- **TVI registra caída en ingresos, explicada fundamentalmente por la caída de la publicidad**
  - **La publicidad** cae un -11,9%.
  - **Las llamadas** de valor añadido caen 0,5M€.
- **La radio aumenta sus ingresos publicitarios un 4,2%**.
- Fuerte control de gastos (-10,4%)
- **El EBITDA ajustado de Media Capital** alcanza 5,6 millones versus 6,2 millones en el mismo periodo del año anterior.



## CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>			
<b>Ingresos de Explotación Ajustados</b>	<b>367,2</b>	<b>329,1</b>	<b>11,6</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>92,5</b>	<b>59,7</b>	<b>55,0</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>25,2%</i>	<i>18,1%</i>	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>72,6</b>	<b>43,5</b>	<b>66,9</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>19,8%</i>	<i>13,2%</i>	
<b>Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante</b>			
<b>Ingresos de Explotación Ajustados a tipo constante</b>	<b>343,3</b>	<b>329,1</b>	<b>4,3</b>
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>	<b>80,2</b>	<b>59,7</b>	<b>34,4</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>23,4%</i>	<i>18,1%</i>	
<b>EBIT Ajustado a tipo constante</b>	<b>61,8</b>	<b>43,5</b>	<b>42,1</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>18,0%</i>	<i>13,2%</i>	
<b>Resultados Reportados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>362,5</b>	<b>324,5</b>	<b>11,7</b>
<b>EBITDA</b>	<b>82,8</b>	<b>55,0</b>	<b>50,6</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>22,8%</i>	<i>16,9%</i>	
<b>EBIT</b>	<b>61,9</b>	<b>39,0</b>	<b>58,6</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>17,1%</i>	<i>12,0%</i>	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(17,3)</b>	<b>(7,5)</b>	<b>(132,0)</b>
Gastos por intereses de financiación	(14,4)	(16,8)	14,3
Otros resultados financieros	(2,9)	9,3	--
<b>Resultado puesta en equivalencia</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>(59,1)</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>44,9</b>	<b>32,2</b>	<b>39,2</b>
Impuesto sobre sociedades	16,4	13,7	19,7
<b>Resultado operaciones en discontinuación</b>	<b>(1,0)</b>	<b>0,1</b>	<b>--</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>(5,6)</b>	<b>(5,6)</b>	<b>1,1</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>21,9</b>	<b>13,0</b>	<b>69,3</b>

Durante el 1T de 2017, excluyendo efectos extraordinarios y tipo de cambio:

- Los ingresos crecen un 4,3%.
- El EBITDA crece un 34,4%.
- Mejora significativa de márgenes.



## EDUCACIÓN

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>215,6</b>	<b>168,3</b>	<b>28,1</b>
España	3,7	1,6	133,6
Internacional	211,9	166,7	27,1
Portugal	0,0	0,0	44,3
Latam	211,9	166,7	27,1
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>83,0</b>	<b>52,9</b>	<b>57,0</b>
España	(15,1)	(16,3)	7,3
Internacional	98,1	69,2	41,8
Portugal	(0,6)	(0,9)	27,5
Latam	98,8	70,1	41,0
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>38,5%</i>	<i>31,4%</i>	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>70,7</b>	<b>45,0</b>	<b>57,0</b>
España	(15,9)	(16,7)	4,7
Internacional	86,6	61,7	40,3
Portugal	(0,6)	(0,9)	25,9
Latam	87,2	62,6	39,4
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>32,8%</i>	<i>26,8%</i>	
<b>Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante</b>			
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>	<b>193,5</b>	<b>168,3</b>	<b>15,0</b>
España	3,7	1,6	133,6
Internacional	189,8	166,7	13,8
Portugal	0,0	0,0	44,3
Latam	189,8	166,7	13,8
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>	<b>70,7</b>	<b>52,9</b>	<b>33,7</b>
España	(15,1)	(16,3)	7,3
Internacional	85,8	69,2	24,1
Portugal	(0,6)	(0,9)	27,5
Latam	86,5	70,1	23,4
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>36,5%</i>	<i>31,4%</i>	
<b>EBIT Ajustado a tipo constante</b>	<b>59,8</b>	<b>45,0</b>	<b>32,7</b>
España	(15,9)	(16,7)	4,7
Internacional	75,7	61,7	22,6
Portugal	(0,6)	(0,9)	25,9
Latam	76,3	62,6	22,0
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>30,9%</i>	<i>26,8%</i>	
<b>Resultados Reportados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>215,6</b>	<b>168,3</b>	<b>28,1</b>
España	3,7	1,6	133,6
Internacional	211,9	166,7	27,1
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>134,0</b>	<b>116,1</b>	<b>15,4</b>
<b>EBITDA</b>	<b>81,6</b>	<b>52,2</b>	<b>56,2</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>60,9%</i>	<i>45,0%</i>	
<b>EBIT</b>	<b>69,3</b>	<b>44,4</b>	<b>56,1</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>32,1%</i>	<i>26,4%</i>	
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>—</b>
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(1,4)</b>	<b>(0,6)</b>	<b>(123,0)</b>
Indemnizaciones	(1,4)	(0,6)	(123,0)



## EDUCACIÓN

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

Santillana, el negocio de educación mantiene una posición de mercado líder en la práctica totalidad de los países en los que opera. Se detalla a continuación la cuota y posición de mercado de Santillana en sus principales mercados según los últimos datos disponibles.

#### Cuota y posición de mercado de libro de texto privado sin idiomas

País	Cuota de mercado	Posición de mercado
España	20,5%	1
Brasil	22,9%	2
México	16,8%	1
Argentina	40,0%	1
Chile	37,8%	1
Colombia	34,0%	1

Fuente: Estimaciones internas, últimos disponibles.  
(Colombia, Argentina, Chile y México incluyen Norma)

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En la **evolución de ingresos** del primer trimestre de 2017 cabe destacar:

- a) Las **campañas del área sur**: Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay y Perú. Estas campañas han mostrado en su conjunto un buen comportamiento con crecimiento en moneda constante del 14,8% (+28,5% en euros)
- Destaca **Brasil**, que muestra un **crecimiento** de los ingresos en moneda constante del 21,9% (+58% en euros). La mejora se explica principalmente por el buen comportamiento de las ventas institucionales que parte estaban previstas en 2016 y finalmente se han producido en el 1T de 2017.
  - **Perú**, registra caída en sus ingresos por peor comparativa con el ejercicio 2016 donde tuvo lugar una licitación de primaria y secundaria no recurrente.
- b) Las **campañas del área norte**: España, México, Puerto Rico, República Dominicana, Ecuador, USA y Venezuela. Estas campañas tienen lugar en el 2S del año y por lo tanto sus cifras no son representativas en el 1T del año.
- c) **Norma** comenzó a consolidarse en las cuentas de Santillana desde septiembre de 2016. Su contribución a los ingresos del 1T de 2017 ha sido de 23,4 millones de euros.
- d) Los **sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir)** continúan su expansión en Latinoamérica, creciendo un 5,2% el número de alumnos hasta los 913.400. UNO continúa destacando por su mejora operativa con un crecimiento en EBITDA del 6,7% en moneda local.

- e) El **tipo de cambio** ha tenido un impacto positivo en el 1T de 2017 explicado fundamentalmente por la evolución de tipos en Brasil. El impacto positivo ha sido de 22,1 millones de euros en ingresos y 12,2 millones de euros en EBITDA.

**Excluyendo el impacto cambiario y ajustado por extraordinarios, los ingresos crecen un 15% y el EBITDA un 33,7%.**

#### Desglose de ingresos

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
<b>Ingresos de Explotación</b>			
<b>Total Santillana</b>	<b>215,6</b>	<b>168,3</b>	<b>28,1</b>
Educación Tradicional y Compartir	197,4	152,5	29,4
Campaña Sur	183,0	142,4	28,5
Campaña Norte	14,3	10,1	42,1
Sistema UNO	18,2	15,8	15,4

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>			
<b>Total Santillana</b>	<b>193,5</b>	<b>168,3</b>	<b>15,0</b>
Educación Tradicional y Compartir	177,5	152,5	16,4
Campaña Sur	163,5	142,4	14,8
Campaña Norte	14,1	10,1	39,3
Sistema UNO	16,0	15,8	1,1

#### Desglose de EBITDA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
<b>EBITDA Ajustado</b>			
<b>Total Santillana</b>	<b>83,0</b>	<b>52,9</b>	<b>57,0</b>
Educación Tradicional y Compartir	76,1	47,4	60,5
Campaña Sur	100,6	73,1	37,7
Campaña Norte	(24,5)	(25,7)	4,8
Sistema UNO	6,9	5,4	26,6

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>			
<b>Total Santillana</b>	<b>70,7</b>	<b>52,9</b>	<b>33,7</b>
Educación Tradicional y Compartir	64,9	47,4	36,8
Campaña Sur	90,0	73,1	23,2
Campaña Norte	(25,1)	(25,7)	2,5
Sistema UNO	5,8	5,4	6,7



## RADIO

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>			
<b>Ingresos de Explotación Ajustados</b>	<b>65,7</b>	<b>64,4</b>	<b>2,0</b>
España	41,7	40,1	4,0
Latam	24,7	24,3	1,4
Música	1,3	2,2	(38,9)
Ajustes y Otros	(2,0)	(2,2)	8,3
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>7,3</b>	<b>5,1</b>	<b>42,5</b>
España	4,5	2,1	116,5
Latam	3,4	3,6	(6,3)
Música	(0,6)	(0,6)	(3,5)
Ajustes y Otros	(0,0)	(0,0)	100,0
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>11,1%</i>	<i>7,9%</i>	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>4,3</b>	<b>2,7</b>	<b>57,8</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>6,5%</i>	<i>4,2%</i>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>Var.%</b>
<b>Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante</b>			
<b>Ingresos de Explotación Ajustados a tipo constante</b>	<b>64,0</b>	<b>64,4</b>	<b>(0,6)</b>
España	41,7	40,1	4,0
Latam	23,1	24,3	(5,1)
Música	1,3	2,2	(42,1)
Ajustes y Otros	(2,0)	(2,2)	8,8
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>	<b>7,2</b>	<b>5,1</b>	<b>41,0</b>
España	4,5	2,1	116,5
Latam	3,3	3,6	(9,3)
Música	(0,5)	(0,6)	2,3
Ajustes y Otros	(0,0)	(0,0)	100,0
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>11,2%</i>	<i>7,9%</i>	
<b>EBIT Ajustado a tipo constante</b>	<b>4,3</b>	<b>2,7</b>	<b>60,1</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>6,8%</i>	<i>4,2%</i>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>Var.%</b>
<b>Resultados Reportados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>61,0</b>	<b>59,9</b>	<b>1,8</b>
Publicidad	55,5	54,5	1,8
<i>España</i>	<i>37,3</i>	<i>35,5</i>	<i>5,0</i>
<i>Latam</i>	<i>18,2</i>	<i>19,0</i>	<i>(4,1)</i>
<i>Otros</i>	<i>(0,0)</i>	<i>0,0</i>	<i>---</i>
Otros	5,5	5,4	1,9
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>58,1</b>	<b>57,2</b>	<b>1,6</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>7,3</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>4,7%</i>	<i>4,5%</i>	
<b>EBIT</b>	<b>(1,1)</b>	<b>0,5</b>	<b>---</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>-1,8%</i>	<i>0,9%</i>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>Var.%</b>
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>3,8</b>
Ajuste perímetro consolidación MX&CR	4,7	4,5	3,8
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>0,3</b>	<b>2,1</b>	<b>(85,4)</b>
Indemnizaciones	(2,8)	(0,9)	---
Ajuste perímetro consolidación MX&CR	3,1	3,0	3,9
<b>Efectos extraordinarios en Amort. y Provisiones</b>	<b>(1,0)</b>	<b>0,2</b>	<b>---</b>
Ajuste perímetro consolidación MX&CR	0,2	0,2	(3,8)
Deterioros y Pérdidas de inmovilizado	(1,2)		---

A efectos de dar una visión completa del negocio, la participación de México y Costa Rica se incluye en las cuentas ajustadas pese a integrarse en las cuentas consolidadas por puesta en equivalencia.



## RADIO

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio de a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y Máxima FM). Según el último informe de EGM, **Cadena Ser mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.206 miles de oyentes** (cuota de mercado del 36% de la radio generalista en España). **Cadena 40 y Cadena Dial tienen el primer y segundo puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 20% y el 16% respectivamente.**

Se detalla a continuación el número de oyentes de las emisoras de Radio en España:

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Primera Ola 2017	Posición de Mercado	Cuota
<b>TOTAL ESPAÑA*</b>	<b>10.049</b>		
<b>RADIO GENERALISTA</b>		<b>1</b>	<b>36%</b>
Cadena Ser	4.206		36%
<b>RADIO MUSICAL*</b>	<b>6.197</b>	<b>1</b>	<b>43%</b>
Los 40	2.911		20%
Dial	2.230		16%
M80	445		3%
Máxima FM	425		3%
Radiolé	539		4%

\*Se estiman duplicidades

Fuente: EGM Primera Ola 2017

En cuanto a la **radio internacional**,

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Quarta Ola 2016	Posición de Mercado	Cuota
Colombia	7.850	1	28%
Chile	2.269	1	42%
México	1.381	2	15%

Fuente: ECAR (Colombia), IPSOS (Chile), INRA (México), última información disponible

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En el 1T de 2017, **los ingresos ajustados de la radio** alcanzaron los 65,7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 2% comparado con los ingresos del mismo periodo año anterior. Este crecimiento se debe a la recuperación del mercado publicitario en España y a la mejora de la evolución de los ingresos en LatAm. La buena evolución de los ingresos en Chile, México y Argentina compensa la caída experimentada en Colombia.

**El impacto de los tipos de cambio** ha sido positivo en 1,6 millones de euros en ingresos y 0,1 millones de euros en EBITDA.

**El EBITDA ajustado** a tipo de cambio constante de Prisa Radio mejora en 2 millones de euros (+41%), explicado principalmente por el crecimiento en España.

### Ingresos de Radio por origen geográfico:

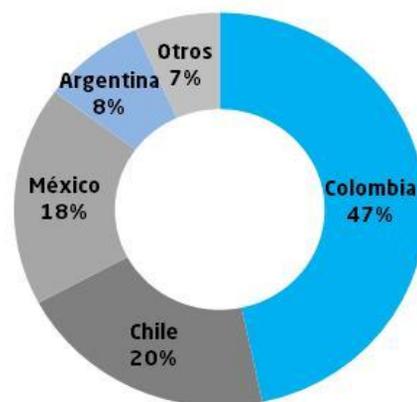
**España:** Los ingresos ajustados de Radio en España alcanzan 41,7 millones de euros en el periodo (+4% versus 1T2016). **Los ingresos publicitarios suponen 37,3 millones de euros e incrementan un 5%.**

**Internacional:** Los ingresos ajustados de Radio Internacional alcanzan **24,7 millones de euros** (+1,4% versus 1T2016); (-5,1 en moneda local).

Por países, cabe destacar:

- **Colombia**, que muestra una caída en moneda local del -16,5%. Continúa la caída del mercado publicitario iniciada en el 2T de 2016.
- **Chile** muestra un crecimiento de sus ingresos en moneda local del 3,6%
- **México**, cuyos ingresos en moneda local han experimentado un crecimiento del 12,5%.

### Enero-Marzo 2017: Contribución internacional de los ingresos por área (%)





## PRENSA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>50,4</b>	<b>57,2</b>	<b>(12,0)</b>
<i>Publicidad</i>	22,5	23,8	(5,4)
<i>Circulación</i>	20,1	23,4	(14,0)
<i>Promociones y Otros</i>	7,8	10,1	(22,7)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>0,9</b>	<b>1,4</b>	<b>(38,4)</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	1,7%	2,4%	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>(1,6)</b>	<b>(1,0)</b>	<b>(60,5)</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	-3,1%	-1,7%	
<b>Resultados Reportados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>50,4</b>	<b>57,2</b>	<b>(12,0)</b>
<i>Publicidad</i>	22,5	23,8	(5,4)
<i>Circulación</i>	20,1	23,4	(14,0)
<i>Promociones y Otros</i>	7,8	10,1	(22,7)
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>51,9</b>	<b>56,7</b>	<b>(8,4)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(1,5)</b>	<b>0,5</b>	<b>--</b>
<i>Margen EBITDA</i>	-3,0%	0,9%	
<b>EBIT</b>	<b>(4,0)</b>	<b>(1,8)</b>	<b>(116,3)</b>
<i>Margen EBIT</i>	-7,9%	-3,2%	
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>--</b>
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(2,4)</b>	<b>(0,8)</b>	<b>(180,8)</b>
Indemnizaciones	(2,4)	(0,8)	(180,8)
<b>Efectos extraordinarios en Amort.y Provisiones</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>--</b>



## PRENSA

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 42% según los últimos datos disponibles de OJD (Marzo 2017).

#### Enero-Marzo 2017: Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD Marzo 2017

#### Posición de mercado digital de prensa de PRISA:

En términos de usuarios únicos, según comScore en prensa de media a febrero (último dato disponible) se han alcanzado los 17,2 millones. El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 11,4 millones de usuarios en promedio mensual.

Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca, alcanzando 5,7 millones de usuarios únicos.

Según Comscore, El País ocupa la 4ª posición en España en términos de Usuarios Únicos por debajo de Google, YouTube y Facebook.

En cuanto al ranking mundial de medios, la posición que ocupa El País es la 15ª, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

El área de prensa los ingresos muestran una caída del 12%, alcanzando los 50,4 millones de euros. El incremento de la publicidad digital, no ha permitido compensar la caída de publicidad no digital y la caída de los ingresos por circulación.

Los ingresos de publicidad alcanzan los 22,5 millones de euros, con una caída del -5,4%.

- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +9,5% en el periodo y representan ya el 47% del total de ingresos publicitarios de la división.
- Los ingresos de publicidad no digital disminuyen un 18,2%.
- Los eventos alcanzan los 0,9 millones de euros.

La tabla de la publicidad no digital, digital y eventos se muestra a continuación:

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
<b>Publicidad</b>	<b>22,5</b>	<b>23,8</b>	<b>(5,4)</b>
No Digital	11,1	13,6	(18,2)
Digital	10,5	9,6	9,5
Eventos	0,9	0,6	45,3

En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD Marzo 2017) es la siguiente:

Ejemplares	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var.%
El País	183.851	212.997	(13,7)
Diario As	111.362	125.104	(11,0)

En cuanto al EBITDA ajustado, alcanza los 0,9 M€ frente a los 1,4 millones de euros del mismo período de 2016.



## MEDIA CAPITAL

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>35,1</b>	<b>39,0</b>	<b>(10,2)</b>
<i>Publicidad</i>	23,2	25,8	(9,8)
<i>Otros</i>	11,8	13,3	(10,9)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>5,6</b>	<b>6,2</b>	<b>(8,6)</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	16,0%	15,8%	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>3,7</b>	<b>4,1</b>	<b>(9,9)</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	10,6%	10,6%	
<b>Resultados Reportados</b>			
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>35,1</b>	<b>39,0</b>	<b>(10,2)</b>
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>30,0</b>	<b>33,3</b>	<b>(9,8)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>5,0</b>	<b>5,8</b>	<b>(12,5)</b>
<i>Margen EBITDA</i>	14,4%	14,8%	
<b>EBIT</b>	<b>3,1</b>	<b>3,7</b>	<b>(16,0)</b>
<i>Margen EBIT</i>	9,0%	9,6%	
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>--</b>
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(0,6)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(47,5)</b>
<i>Indemnizaciones</i>	(0,6)	(0,4)	(47,5)
<b>Efectos extraordinarios en Amort.y Provisiones</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>--</b>



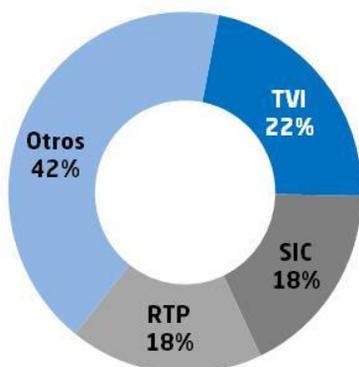
## MEDIA CAPITAL

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

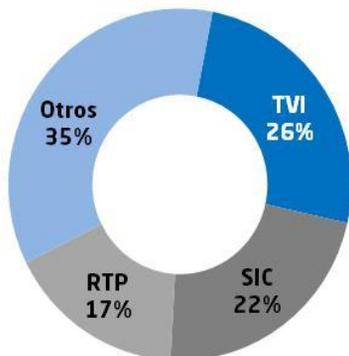
TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando unas audiencias medias diarias de 22% y 26%, respectivamente, sobre el total de Televisión.

#### Audiencia de Media Capital

Enero – Marzo 2017 (24hrs)



Enero – Marzo 2017 (Prime Time)



Gfk Marzo 2017 // \*RTP incluye RTP1 y RTP2 // \* Otros incluye TV de pago

La cuota de audiencia media consolidada de Radio de Media Capital en 2017 alcanza el 34%.

La radio de Media Capital se mantiene número uno en el ranking. La última ola desglosada por cadenas muestra las siguientes audiencias:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 22,4%.
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 7,3%.
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3,1%.

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

- ✓ La **publicidad** registra en el período una caída del 9,8%.
- ✓ Los **otros ingresos** registran una caída del 10,9% (-1,5 millones de euros).

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en 1T de 2017 unos ingresos de 28,6 millones de euros versus 32,4 millones en el mismo período de 2016 (-11,7%). La caída viene explicada en su mayor parte por la caída de la publicidad que ha comenzado el 1T del año en un entorno de mercado complicado.
- ✓ El negocio de **Radio de Media Capital** muestra un crecimiento en ingresos de publicidad del +4,2%.

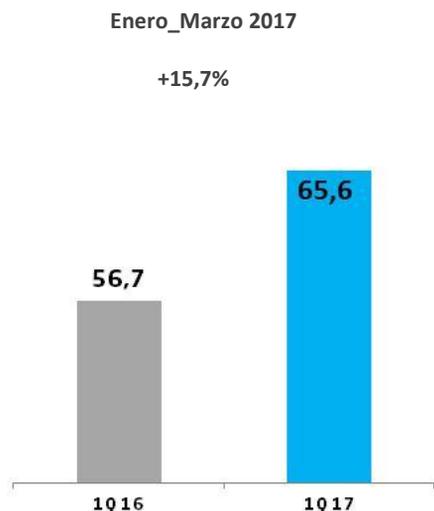
El **EBITDA ajustado** alcanza los **5,6 millones de euros** versus 6,2 millones de euros en el mismo periodo del año anterior.



## TRANSFORMACIÓN DIGITAL

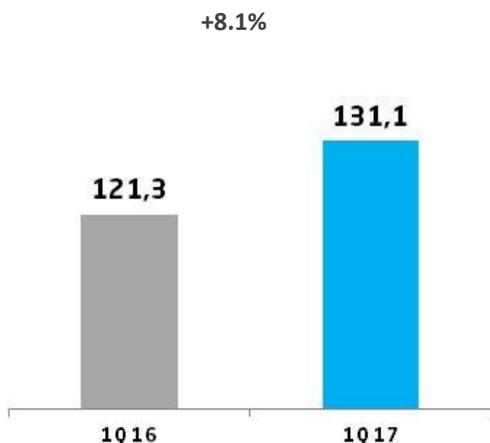
### A\_INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN

Los ingresos de transformación en el grupo en el 1T de 2017, se incrementan un +15.7% hasta alcanzar los 65,6 millones de euros (57,7 millones a TC constante). Representan ya un 18% del total de los ingresos del Grupo

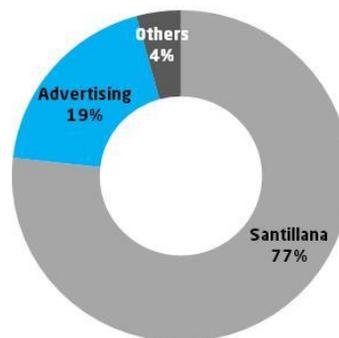


### B\_NAVEGADORES ÚNICOS

La media mensual de navegadores únicos del Grupo crece un 8,1% en el 1T de 2017, alcanzando los 131.1 millones.



### C\_DESGLOSE DE INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN



### D\_PRENSA

Los ingresos de publicidad digital crecen un +9,5% y representan ya un 47% de los ingresos publicitarios de la división.

Los navegadores únicos de la prensa crecieron un +11,6% en el 1T de 2017, alcanzando los 97,4 millones de media

### E\_EDUCACIÓN

Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 913.400 (+5,2%).

### F\_RADIO

Durante el 1T de 2017, ha continuado el crecimiento de los navegadores únicos a las páginas web nacionales e internacionales de radio del Grupo: los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España alcanzan 14,7 millones de media (+23,8%). En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture alcanzan 22,8 millones de media (+16,2%). En total, los navegadores únicos de Prisa Radio alcanzan 36,8 millones y crecen un 19,1%.

### G\_MEDIA CAPITAL

Los ingresos de publicidad digitales alcanzan 0,9 millones de euros en el 1T 2017, siendo el 4% de los ingresos totales de publicidad.

Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital crecieron un +19,6%, alcanzando los 8,4 millones de media en el año (según Netscope).



## DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de euros	2017	2016	Var. %
<b>EBIT</b>	<b>61,9</b>	<b>39,0</b>	<b>58,6</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>17,1%</i>	<i>12,0%</i>	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(17,3)</b>	<b>(7,5)</b>	<b>(132,0)</b>
Gastos por intereses de financiación	(14,4)	(16,8)	14,3
Otros resultados financieros	(2,9)	9,3	---
<b>Resultado puesta en equivalencia</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>(59,1)</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>44,9</b>	<b>32,2</b>	<b>39,2</b>
Impuesto sobre sociedades	16,4	13,7	19,7
<b>Resultado operaciones en discontinuación</b>	<b>(1,0)</b>	<b>0,1</b>	<b>---</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>(5,6)</b>	<b>(5,6)</b>	<b>1,1</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>21,9</b>	<b>13,0</b>	<b>69,3</b>

### A\_RESULTADO FINANCIERO

Durante el primer trimestre de 2017 se han registrado menores **gastos por intereses de financiación** por importe de 2,4 millones de euros como consecuencia de la reducción de deuda.

Los **otros resultados financieros** empeoran en 12,2 millones de euros debido a que en el 1T de 2016 se registraron quitas por la recompra de deuda a descuento por importe de 11,3 millones de euros que no se han producido en el 1T de 2017.

### B\_RESULTADO POR PUESTA EN EQUIVALENCIA

Los resultados por puesta en equivalencia incluyen fundamentalmente los resultados de Radio México y Costa Rica.

### C\_RESULTADO ATRIBUIDO A SOCIOS EXTERNOS

Corresponde a las participaciones de los socios minoritarios de Santillana y Prisa Radio.



## POSICIÓN FINANCIERA

### A\_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €	Mar. 2017	Mar. 2016	Var. 17/16	
			Abs.	Rel
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	91,3	61,8	29,5	47,6%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	90,7	58,1	32,6	56,0%
Provisiones	0,6	3,7	-3,1	-84,1%
Variación del circulante	-30,2	9,9	-40,1	---
Pago de indemnizaciones	-7,8	-3,6	-4,2	-115,3%
Pago de impuestos	-12,0	-5,7	-6,3	-110,0%
Otros flujos de las actividades de explotación	-3,4	-0,4	-3,0	-845,8%
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>37,9</b>	<b>62,0</b>	<b>-24,2</b>	<b>-39,0%</b>
Capex(inversiones/desinversiones)	-11,9	-10,7	-1,1	-10,6%
Capex	-15,2	-16,0	0,8	5,2%
Desinversiones	3,3	5,3	-2,0	-37,6%
<b>CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN</b>	<b>26,0</b>	<b>51,3</b>	<b>-25,3</b>	<b>-49,4%</b>

La **variación del circulante** se debe principalmente a Santillana. En el 1T de 2017 la variación del circulante de Santillana ha sido de -42 millones de euros respecto a -14,5 millones de euros en el 1T de 2016. Obedece a que en el 1T de 2016 se cobraron parte de las ventas institucionales del 2015, mientras que las ventas institucionales del 2016 se han cobrado en su integridad en el 2016, no quedando nada pendiente para el 2017.

### A1\_CAPEX

#### CAPEX

Millones de €	Mar. 2017	Mar. 2016	Var. 17/16
<b>Santillana</b>	<b>13,5</b>	<b>13,9</b>	<b>-0,4</b>
<b>Radio</b>	<b>0,4</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,4</b>
<b>Prisa Noticias</b>	<b>0,7</b>	<b>0,8</b>	<b>-0,2</b>
<b>Audiovisual</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>
<b>Otros</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>
Capex (inversión)	15,2	16,0	-0,8
Capex (desinversión)	-3,3	-5,2	2,0
<b>Total GRUPO PRISA</b>	<b>11,9</b>	<b>10,8</b>	<b>1,1</b>



## POSICIÓN FINANCIERA

### B\_POSICIÓN FINANCIERA BANCARIA NETA

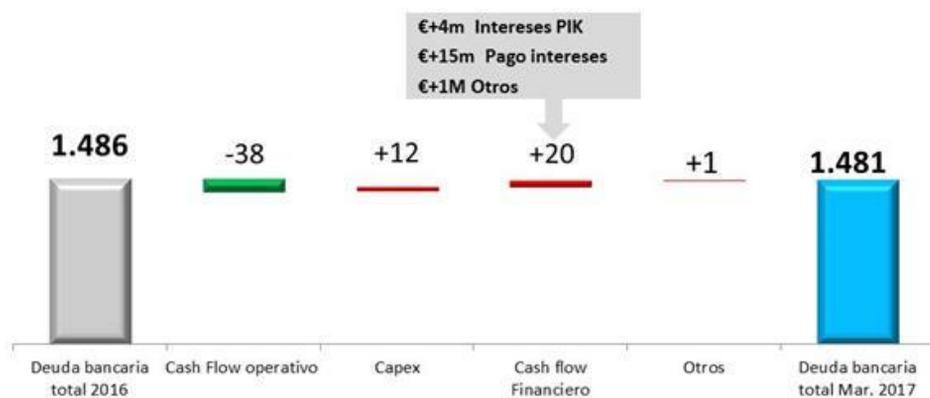
Los “Gastos de formalización” de la deuda financiera se presentan en el balance de situación minorando la deuda con entidades de crédito. Dichos gastos se imputan a la cuenta de resultados en un plazo similar al del vencimiento de la deuda asociada.

<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	Mar. 2017	Dic. 2016	Var. 17/16	
			Abs.	Rel.
Millones de euros				
<b>- Deudas con entidades de crédito</b>	<b>1.725,7</b>	<b>1.722,0</b>	<b>3,6</b>	<b>0,2%</b>
- Deudas con entidades de crédito largo plazo	1.656,4	1.653,5	2,9	0,2%
- Deudas con entidades de crédito corto plazo	69,3	68,5	0,8	1,1%
<b>Inversiones financieras corrientes</b>	<b>-19,8</b>	<b>-19,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,5%</b>
<b>Efectivo y otros medios líquidos equivalentes</b>	<b>-252,0</b>	<b>-246,4</b>	<b>-5,6</b>	<b>-2,3%</b>
<b>Gastos de formalización</b>	<b>27,0</b>	<b>30,0</b>	<b>-3,0</b>	<b>-9,9%</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>1.480,9</b>	<b>1.486,1</b>	<b>-5,2</b>	<b>-0,4%</b>

### Deuda Bancaria por Unidad

Millones de €	Mar 2017	Dic 2016	Variación	
			Abs.	Rel. (%)
<b>Prisa Individual</b>	<b>1.394</b>	<b>1.375</b>	<b>19</b>	<b>1,4</b>
<b>Resto de Unidades</b>	<b>87</b>	<b>111</b>	<b>-24</b>	<b>-21,5</b>
Santillana	-3	8	-11	-139,8
Prisa Radio	-1	11	-11	-107,2
Prisa Noticias	-12	-8	-5	-58,5
Audiovisual	104	100	3	3,3
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>1.481</b>	<b>1.486</b>	<b>-5</b>	<b>-0,3</b>
Deuda Entidades de crédito	1.726	1.722	4	0,2
Tesorería	-272	-266	-6	-2,2
Gastos de formalización	27	30	-3	-9,9

La evolución de la deuda neta bancaria se muestra a continuación:





## ANEXO

1. Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación	18
2. Balance	19
3. Otros hechos significativos	20
4. Estructura del Grupo	21
5. Evolución del Tipo de Cambio	22
6. Desglose de Ingresos y Ebitda ajustados por U.N	23
7. Conciliación entre resultado operativo, Ebitda ajustado y Ebit	24



## IMPACTOS EXTRAORDINARIOS Y CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>3,8</b>
Ajuste perímetro consolidación MX&CR	4,7	4,5	3,8
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(5,0)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>---</b>
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(8,1)	(3,1)	(157,7)
Ajuste perímetro consolidación MX&CR	3,1	3,0	3,9
<b>Efectos extraordinarios en Amort.y Provisiones</b>	<b>(1,0)</b>	<b>0,2</b>	<b>---</b>
Ajuste perímetro consolidación MX&CR	0,2	0,2	(3,8)
Otros deterioros	(1,2)	0,0	---

- a) **Ajuste perímetro de consolidación:** desde 2013, las cuentas del Grupo pasan a registrar el resultado de las participaciones de Prisa Radio en México y Costa Rica por puesta en equivalencia. En los datos ajustados se incluyen los resultados de México y Costa Rica ponderados por la parte de capital de Prisa.
- b) **Indemnizaciones y otros no recurrentes:** El gasto extraordinario por indemnizaciones se incrementa con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. En el 1T de 2017 se han registrado 8,1 millones de euros frente a 3,1 millones de euros en el mismo periodo de 2016.



## BALANCE

Millones de euros	ACTIVO	
	31/03/2017	31/12/2016
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.286,87</b>	<b>1.273,70</b>
Inmovilizado material	121,22	122,39
Fondo de comercio	594,50	593,12
Inmovilizado inmaterial	127,29	130,80
Inversiones financieras no corrientes	32,69	33,89
Sociedades puestas en equivalencia	40,43	36,69
Activos por impuestos diferidos	367,73	353,65
Otros activos no corrientes	3,01	3,16
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>838,52</b>	<b>852,73</b>
Existencias	157,13	168,68
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	409,57	418,12
Inversiones financieras corrientes	19,81	19,51
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	252,02	246,42
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2.125,39</b>	<b>2.126,43</b>
Millones de euros	PASIVO	
	31/03/2017	31/12/2016
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>-307,70</b>	<b>-336,04</b>
Capital suscrito	235,01	235,01
Reservas	-655,37	-592,27
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	21,92	-67,86
Socios Externos	90,75	89,08
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>1.907,97</b>	<b>1.909,13</b>
Deudas con entidades de crédito	1.656,39	1.653,54
Otros pasivos financieros no corrientes	134,24	136,15
Pasivos por impuestos diferidos	19,53	21,06
Provisiones	56,69	56,52
Otros pasivos no corrientes	41,12	41,87
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>525,12</b>	<b>553,35</b>
Deudas con entidades de crédito	69,27	68,49
Otros pasivos financieros corrientes	30,15	23,10
Acreedores comerciales	252,68	301,63
Otras deudas corrientes	145,67	139,26
Ajustes por periodificación	27,35	20,87
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2.125,39</b>	<b>2.126,43</b>

A 31 de Marzo de 2017, el patrimonio neto de la sociedad dominante a efectos de causa de disolución y/o reducción de capital prevista en la Ley de sociedades de capital (incluyendo préstamos participativos vigentes al cierre) es de 146.266 miles de euros, siendo este importe inferior a las 2/3 partes de la cifra del capital social si bien se sitúa por encima de la mitad del capital social.

A 31 de diciembre de 2016, el patrimonio neto de la sociedad dominante a efectos de causa de disolución y/o reducción de capital prevista en la Ley de sociedades de capital (incluyendo préstamos participativos vigentes al cierre) era de 159.176 miles de euros, siendo este importe superior a las dos terceras partes de la cifra de capital.



## OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

No se han producido hechos relevantes en el periodo Enero-Marzo 2017



## ESTRUCTURA DEL GRUPO

Educación	Radio	Prensa	Audiovisual
Educación	Radio en España	El País	Tv en abierto
Formación	Radio Internacional	As	Producción audiovisual
Sistemas de Enseñanza	Música y eventos	Cinco Días	Vídeo
		Revistas	

Las actividades del Grupo están organizadas en las siguientes agrupaciones: **Educación, Radio, Prensa y Audiovisual**. La actividad **Digital** opera transversalmente en todas las áreas y soporta esta estructura.

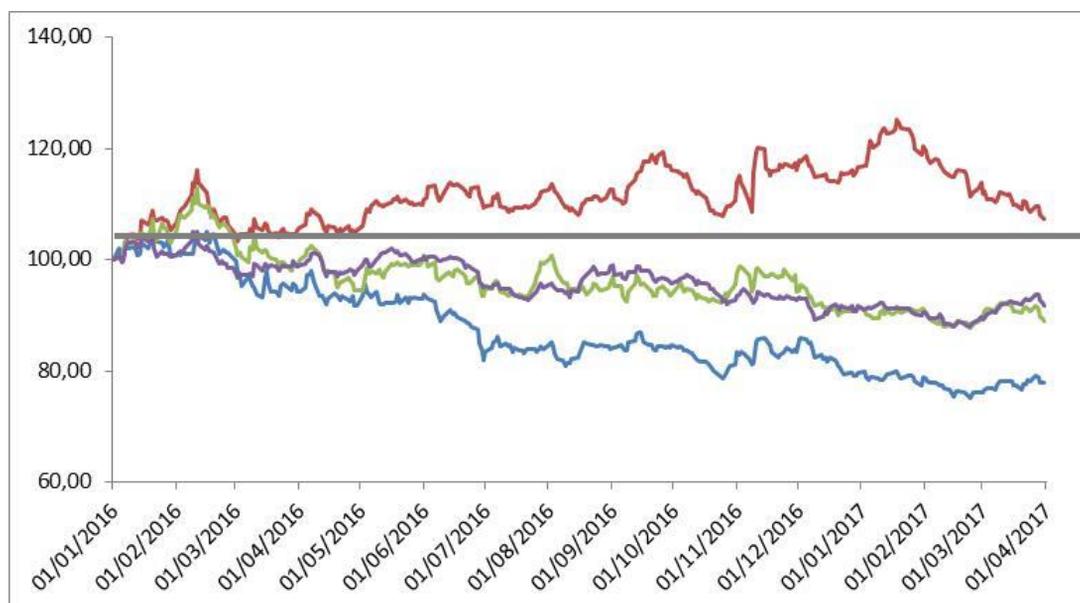


## EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se ven afectados por la evolución del tipo de cambio en la región, como consecuencia de la evolución del ciclo económico.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido positivo en el primer trimestre de 2017 principalmente por la evolución de tipos en Brasil. El impacto positivo ha sido de 23,9 millones en ingresos y 12,3 millones en EBITDA.

Evolución tipo de cambio vs Euro 2016/1T2017



Brasil — México — Colombia — Chile — Colombia

	Brasil	México	Colombia	Chile
T1 2014	3,24	18,13	2.747,88	756,11
T2 2014	3,06	17,83	2.624,31	760,69
T3 2014	3,01	17,38	2.531,21	764,94
T4 2014	3,18	17,34	2.720,13	747,23
T1 2015	3,22	16,84	2.782,63	703,37
T2 2015	3,40	16,96	2.766,99	684,08
T3 2015	3,94	18,28	3.278,24	752,61
T4 2015	4,21	18,36	3.356,73	763,97
T1 2016	4,30	19,89	3.587,01	773,27
T2 2016	3,96	20,45	3.379,47	765,13
T3 2016	3,62	20,94	3.289,51	738,46
T4 2016	3,55	21,37	3.254,53	716,99
T1 2017	3,35	21,63	3.111,93	698,44

Fuente: Bloomberg



## DESGLOSE DE INGRESOS Y EBITDA AJUSTADOS POR U.N

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>Ingresos de Explotación Ajustados</b>			
<b>GRUPO</b>	<b>367,2</b>	<b>329,1</b>	<b>11,6</b>
Educación	215,6	168,3	28,1
Radio	65,7	64,4	2,0
Prensa	50,4	57,2	(12,0)
Media Capital	35,1	39,0	(10,2)
Otros	0,5	0,1	---
<b>EBITDA Ajustado</b>			
<b>ENERO - MARZO</b>			
Millones de €	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>Var. %</b>
<b>GRUPO</b>	<b>92,5</b>	<b>59,7</b>	<b>55,0</b>
Educación	83,0	52,9	57,0
Radio	7,3	5,1	42,5
Prensa	0,9	1,4	(38,4)
Media Capital	5,6	6,2	(8,6)
Otros	(4,3)	(5,8)	26,9



## CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO OPERATIVO, EBITDA AJUSTADO Y EBITDA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2017	2016	Var. %
<b>GRUPO</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>82,8</b>	<b>55,0</b>	<b>50,6</b>
Radio México y Costa Rica	1,6	1,5	3,5
Efectos extraordinarios	8,1	3,1	157,7
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>92,5</b>	<b>59,7</b>	<b>55,0</b>
Amortizaciones	20,5	19,7	3,7
Provisiones	(0,5)	(3,6)	85,5
Pérdidas de inmovilizado	(0,0)	0,0	---
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>72,6</b>	<b>43,5</b>	<b>66,9</b>
<b>EDUCACIÓN</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>81,6</b>	<b>52,2</b>	<b>56,2</b>
Efectos extraordinarios	1,4	0,6	123,0
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>83,0</b>	<b>52,9</b>	<b>57,0</b>
Amortizaciones	14,2	12,4	14,5
Provisiones	(2,0)	(4,7)	58,1
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,1	(90,2)
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>70,7</b>	<b>45,0</b>	<b>57,0</b>
<b>RADIO</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>7,3</b>
Radio México y Costa Rica	1,6	1,5	3,5
Efectos extraordinarios	2,8	0,9	---
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>7,3</b>	<b>5,1</b>	<b>42,5</b>
Amortizaciones	2,2	1,9	12,1
Provisiones	0,9	0,5	70,4
Pérdidas de inmovilizado	(0,0)	(0,1)	11,7
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>4,3</b>	<b>2,7</b>	<b>57,8</b>
<b>PRENSA</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>(1,5)</b>	<b>0,5</b>	<b>---</b>
Efectos extraordinarios	2,4	0,8	180,8
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>0,9</b>	<b>1,4</b>	<b>(38,4)</b>
Amortizaciones	1,9	1,8	5,4
Provisiones	0,6	0,6	(5,8)
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,0	53,8
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>(1,6)</b>	<b>(1,0)</b>	<b>(60,5)</b>
<b>MEDIA CAPITAL</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>5,0</b>	<b>5,8</b>	<b>(12,5)</b>
Efectos extraordinarios	0,6	0,4	47,5
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>5,6</b>	<b>6,2</b>	<b>(8,6)</b>
Amortizaciones	1,9	2,0	(5,9)
Provisiones	0,0	0,0	(9,3)
Pérdidas de inmovilizado	(0,0)	(0,0)	(79,6)
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>3,7</b>	<b>4,1</b>	<b>(9,9)</b>
<b>OTROS</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>(5,2)</b>	<b>(6,2)</b>	<b>17,1</b>
Efectos extraordinarios	0,9	0,4	136,1
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>(4,3)</b>	<b>(5,8)</b>	<b>26,9</b>
Amortizaciones	0,3	1,6	(81,6)
Provisiones	0,0	0,0	24,2
Pérdidas de inmovilizado	0,0	(0,0)	---
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>(4,6)</b>	<b>(7,4)</b>	<b>38,5</b>