



Resultados Trimestrales

2T 2014 – Julio 2014

HECHOS DESTACADOS DEL PRIMER SEMESTRE DE 2014

Resultados del Grupo

PRINCIPALES TITULARES

- El Ebitda ajustado a tipo de cambio constante (112 millones de euros) se incrementa un 12,7% en el primer semestre del ejercicio (+5,4% en 2013 y + 14,7% en 1T 2014)
 - mejora en la evolución de la publicidad en España y Portugal,
 - sólidos crecimientos en Latam en moneda local (tanto en Santillana como en Radio)
 - reducción de costes y control de las inversiones en todas las áreas del grupo
- Enfoque en la ejecución del plan de refinanciación:
 - Desinversión del negocio de Ediciones Generales, venta del 3,69% de Mediaset España, recompra de deuda a descuento (165 millones cancelados con 121 millones), acuerdo para la venta del 56% de Canal+ a Telefónica.
 - Ampliación de capital de 100 millones de euros, acuerdo con determinados bancos para recomprar 600 millones de euros de deuda a un descuento mínimo del 25%.
- El resultado neto es de -2.163 millones de Euros por los impactos contables ya anunciados derivados de la venta de Canal +.

La publicidad en España y Portugal muestra una mejora en el segundo trimestre del ejercicio

- El mercado publicitario en España cayó un 10,1% en 2013, con una importante mejora trimestral (del -16,8% en 1T al -1,7% en 4T). En 2014 continúa dicha mejora trimestral: En 1T 2014, el mercado publicitario en España cayó un -1,1% y el 2T el mercado creció un 4,3%.
- En España, los ingresos publicitarios del Grupo en el 1S 2014 caen un -1,5% (-6,5% 1T; + 2,6% 2T)
- En Portugal, los ingresos publicitarios del Grupo en Media Capital crecen un +16,7% en el 1S 2014 (+3,1% 1T; 26,4% 2T)

Las actividades en Latinoamérica muestran crecimientos muy sólidos en moneda local pero con impacto negativo del tipo de cambio, que se suaviza en el segundo trimestre

- En Latam, crecimientos sólidos en moneda local en Educación (+6,12%) y Radio (+12,36%) excluyendo el impacto del cambio en el perímetro de consolidación
- Impacto negativo por la evolución de los tipos de cambio que se suaviza en el 2T y que alcanza 55,5 millones de euros en los ingresos del primer semestre de 2014, 15,4 millones a nivel EBITDA versus 47,6 y 15,8 en 1T 2014
- 81% del Ebitda del Grupo procedente de esta área a tipo de cambio constante

El grupo sigue transformándose

- La publicidad digital ajustada se incrementa en un 13%
- En el negocio de prensa, la publicidad digital representa ya un 29% de los ingresos publicitarios
- Navegadores únicos medios a las páginas web de crecen +19%, alcanzando más de 88 millones
- Sistemas de Educación Digitales continúan su desarrollo en Latinoamérica, incrementando el número de colegios y alumnos en los que están presentes y mejorando márgenes.

Sigue el esfuerzo en reducción de gastos y control del capex

- Caída en costes operativos por un total 36,2 millones de euros.
- Los costes de personal ajustados se reducen en 25,4 millones de euros (-11,6%)
- Se ha renovado la totalidad de los acuerdos colectivos y se ha llegado a acuerdos de reducción de personal en distintas áreas
- Reducción de inversiones operativas al mínimo para canalizar recursos a las áreas de crecimiento, principalmente Santillana

El Grupo sigue enfocado en la ejecución del plan de refinanciación

- Desinversión de su negocio de Ediciones Generales.
- Venta del 3,69% de Mediaset España en el mes de abril de 2014.
- Los fondos obtenidos por la venta de Mediaset España (121 millones) se destinaron a la recompra de deuda mediante subasta a un precio del 72,38%.
- Venta del 56% de Canal+ a Telefónica por un precio inicial de 750 millones
- La deuda neta del Grupo se sitúa en 3.225,13 millones de euros a 30 de junio de 2014.
- Ampliación de Capital de 100 millones de Euros a 0,53.
- Acuerdo con determinados bancos para recomprar 600 millones de su deuda (incluidos los 100 de ampliación de capital) con un descuento mínimo del 25% hasta el 31 de diciembre de 2014

Resultados por unidad de negocio

Educación

- En 1S 2014 se han cerrado prácticamente todas las campañas del Área sur mostrando en su mayoría un buen comportamiento en moneda local.
- Las campañas de España, México y la institucional de Brasil están en fase de colocación (España y México) y promoción (Brasil).
- En España en el 1S de 2014 existe un retraso en las ventas respecto al 2013 de 14,5 millones de euros debido a las dificultades de la implantación de la nueva ley de educación que no está siguiendo el mismo ritmo en las distintas comunidades autónomas. Se espera una corrección de dicho retraso en los próximos meses y que la campaña termine con crecimiento respecto a 2013.
- Los sistemas de enseñanza digitales (UNO y Compartir) continúan su desarrollo en Latinoamérica mejorando su rentabilidad.
- Los ingresos ajustados a tipo de cambio constante crecen un +1,3% (España -29,4% y Latam +4,4%): Brasil (-0,7%), Chile (+13,9%), Argentina (+29,9%), Ecuador (+37,2%), Centro América Norte (+21,3%), Centro América Sur (+38,7%). El tipo de cambio tiene un impacto negativo en ingresos de Santillana en el 1S 2014 de 45,4 millones de euros
- El EBITDA ajustado crece un 5,4% en moneda local (-16,4% en euros), con un impacto FX de 13,2 millones de euros.

Radio

- La publicidad en España aumenta un 0,9%, mostrando una notable mejoría en el 2T (-2,8% 1T; +3,9% 2T).
- La publicidad en América Latina aumenta en moneda local en todos los países.
Los resultados reportados son impactados por:
 - El tipo de cambio tiene un impacto negativo en los ingresos de radio de 8,4 millones de euros.
 - El cambio en la consolidación de México y Costa Rica que pasan de consolidarse por integración proporcional a hacerlo por puesta en equivalencia por un cambio en la normativa contable internacional adoptada por la UE que impacta desde enero 2014.
 Excluyendo estos impactos, los ingresos publicitarios de Radio Latam se habrían incrementado un 12,8%
- El EBITDA ajustado de la Radio alcanzó en el 1S 29,85 millones de euros (+43,6%), el impacto FX es de 1,6 millones de euros.

Prensa

- Los ingresos publicitarios se reducen en -4,1%, (El País - 7,4% y AS +11,7%) con notable mejora trimestral (-10,6%1T; +1,4%2T).
- La publicidad tradicional se reduce en un -10,8%, compensada en parte por el buen comportamiento de los ingresos de publicidad digital que se incrementan en un 17,3% y representan ya un 28,9% del total de ingresos publicitarios de la división. Destaca la fortaleza de As donde los ingresos de publicidad digital crecen un 24,6% y representan más del 50% del total publicidad.
- Los ingresos de circulación se reducen en -14,7%.
- Fuerte crecimiento de otros ingresos (+43,7%), principalmente promociones. En el 1S se han generado ingresos por deducciones de 4,7 millones de euros que no se han imputado a ingresos versus 0,8 millones imputados en el 1S de 2013.
- El EBITDA ajustado de prensa asciende a 7,3 millones de euros (-35,6% comparado con 1S 2013)

Media Capital

- Los ingresos publicitarios se incrementan en un 16,7% en el 1S de 2014 (1T +5,3%;2T +26,4%). Muy buen comportamiento tanto en la televisión +17,4% en 1S 2014 como en la radio (+9,1%).
- El EBITDA ajustado asciende a 19,4 millones de euros y crece un 9,7% debido no sólo a la estabilidad de los ingresos sino también al esfuerzo de control de costes.

Venta de Canal +

En junio de 2014 se formalizó con Telefónica el contrato de compraventa del 56% de Canal+ por un importe inicial de 750 millones de euros.

- El precio está sujeto a ajustes habituales en este tipo de operaciones hasta el cierre de la transacción.
- La operación ya está aprobada por el panel representativo de los bancos y está sujeta a la autorización por parte de las autoridades de competencia.
- Genera una pérdida contable en las cuentas consolidadas de PRISA de 2.064 millones de euros y de 750 millones en las cuentas individuales. Esta pérdida en el individual genera un **desequilibrio patrimonial**, si bien el **acuerdo de refinanciación prevé un mecanismo de conversión automática** de una parte del tramo 3 de la deuda en préstamos participativos en una cuantía suficiente para compensar dicho **desequilibrio patrimonial**.

- Los resultados de esta transacción se presentan en la cuenta de resultados consolidada en “**Resultado de operaciones en discontinuación**” y los activos y pasivos como “**Activos no corrientes mantenidos para la venta**” y “**Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta**”.

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

La comparación de los resultados del primer semestre de 2014 y el de 2013 se ve afectada por una serie de elementos extraordinarios que afectan a ingresos, a gastos de explotación y a amortizaciones y provisiones. A efectos de realizar una comparativa homogénea, a continuación se presenta una cuenta de resultados consolidada del Grupo junto con las principales magnitudes ajustadas de efectos extraordinarios:

| Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | ABRIL-JUNIO | | |
|---|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|-----------------|----------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Ingresos de explotación | 688,00 | 740,88 | (7,1) | 350,50 | 360,00 | (2,6) |
| EBITDA | 88,37 | 104,97 | (15,8) | 50,73 | 43,00 | 18,0 |
| <i>Margen EBITDA</i> | <i>12,8%</i> | <i>14,2%</i> | | <i>14,5%</i> | <i>11,9%</i> | |
| EBIT | 14,56 | 36,84 | (60,5) | 6,10 | 7,00 | (12,9) |
| <i>Margen EBIT</i> | <i>2,1%</i> | <i>5,0%</i> | | <i>1,7%</i> | <i>1,9%</i> | |
| Resultado Financiero | (50,91) | (73,47) | 30,7 | (5,55) | (35,89) | 84,5 |
| Gastos por intereses de financiación | (64,77) | (56,74) | (14,1) | (30,95) | (32,71) | 5,4 |
| Otros resultados financieros | 13,85 | (16,73) | 182,8 | 25,40 | (3,18) | - |
| Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones | (4,00) | 7,32 | (154,6) | (0,35) | 5,44 | (106,4) |
| Resultado antes de impuestos | (40,36) | (29,32) | (37,7) | 0,20 | (23,45) | 100,8 |
| Impuesto sobre sociedades | (23,40) | 1,09 | - | (33,62) | (0,11) | - |
| Resultado de operaciones en discontinuación | (2.104,80) | (233,08) | - | (2.083,24) | (227,21) | - |
| Resultado atribuido a socios externos | 5,43 | 89,51 | (93,9) | 1,10 | 91,38 | (98,8) |
| Resultado Neto | (2.163,13) | (171,79) | - | (2.115,56) | (159,39) | - |
| Ingresos de explotación ajustados | 635,76 | 696,02 | (8,7) | 312,42 | 335,54 | (6,9) |
| EBITDA ajustado | 96,78 | 99,49 | (2,7) | 42,63 | 38,42 | 11,0 |
| <i>Margen EBITDA ajustado</i> | <i>15,2%</i> | <i>14,3%</i> | | <i>13,6%</i> | <i>11,4%</i> | |
| EBIT ajustado | 36,32 | 41,13 | (11,7) | 7,92 | 8,61 | (8,0) |
| <i>Margen EBIT ajustado</i> | <i>5,7%</i> | <i>5,9%</i> | | <i>2,5%</i> | <i>2,6%</i> | |
| Resultados ajustados a tipo constante | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Ingresos de explotación a tipo constante | 691,23 | 696,02 | (0,7) | 320,24 | 335,54 | (4,6) |
| EBITDA a tipo constante | 112,16 | 99,49 | 12,7 | 42,20 | 38,42 | 9,8 |
| <i>Margen EBITDA ajustado</i> | <i>16,2%</i> | <i>14,3%</i> | | <i>13,2%</i> | <i>11,4%</i> | |
| EBIT a tipo constante | 47,03 | 41,13 | 14,3 | 6,51 | 8,61 | (24,4) |
| <i>Margen EBIT ajustado</i> | <i>6,8%</i> | <i>5,9%</i> | | <i>2,0%</i> | <i>2,6%</i> | |

Durante los primeros seis meses del año, excluyendo efectos extraordinarios y tipo de cambio:

- Los ingresos de explotación caen un -0,7%.
- El EBITDA ajustado crece un 12,7%.
- Se produce una mejora significativa de los márgenes

Índice

- 1. Entorno de mercado**
 - a_ Entorno económico en España y Portugal
 - b_ Evolución del mercado publicitario
 - c_ Entorno económico en Latinoamérica

- 2. Principales magnitudes operativas**
 - a_ Resultados operativos del Grupo
 - b_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación
 - c_ Resultados operativos excluyendo el impacto de Canal+
 - d_ Impacto tipo de cambio
 - e_ Desglose de inversiones

- 3. Negocio de Educación**

- 4. Negocio de Radio**

- 5. Negocio de Prensa**

- 6. Media Capital**

- 7. De EBIT a Resultado Neto**
 - a_ Resultado financiero
 - b_ Resultado por puesta en equivalencia
 - c_ Resultado atribuido a socios externos

- 8. Posición financiera del grupo**
 - a_ Posición financiera del Grupo
 - b_ Estado de flujos de efectivo

- 9. Operaciones de venta de activos**

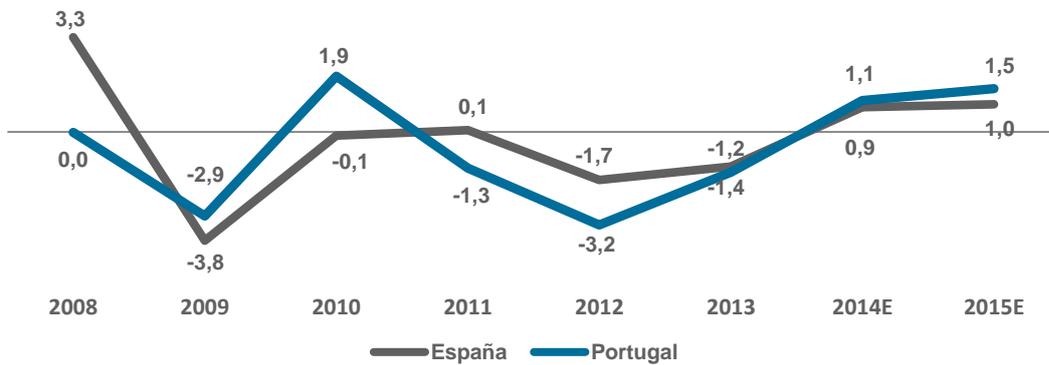
1_ Entorno de mercado

a_ Entorno económico de España y Portugal

A pesar de la dificultad del entorno económico que España y Portugal vienen sufriendo desde los inicios de la crisis en 2007, desde el año 2013 se ha observado un cambio de tendencia trimestralmente; tendencia que se ha mantenido en el 1T y 2T de 2014 y se espera se mantenga durante el resto de 2014 y 2015.

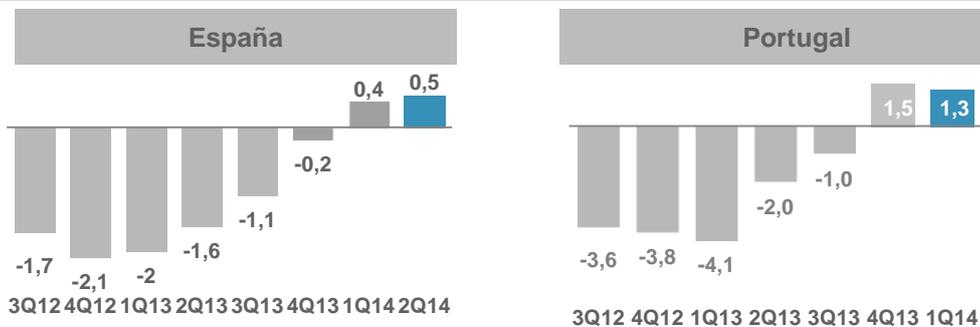
- El PIB de **España** ha retrocedido un -1,2% en 2013, si bien el comportamiento trimestral del PIB pasó de decrecer un -2% en el primer trimestre a caer sólo un -0,2% en el cuarto (según INE). En el 1T 2014, según el Banco de España, el PIB ha crecido un +0,4% (la mayor subida en seis años).
- En cuanto a **Portugal**, en 2013 el PIB cayó un -1,4% y se observó la misma tendencia positiva trimestral aunque con mayor volatilidad. El PIB pasó de decrecer un -4% en el primer trimestre a crecer un +1,7% en el cuarto (según Banco de Portugal).

Crecimiento de PIB anual España y Portugal (%)



Fuente: INE, FMI, Banco de Portugal

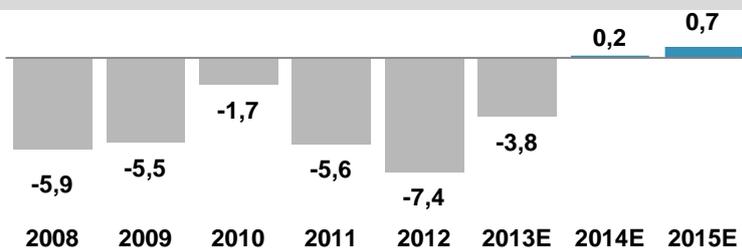
Crecimiento de PIB trimestral España y Portugal (%)



Fuente: INE, Banco de Portugal

La mejora observada en el entorno económico ha tenido su reflejo en el consumo privado. El consumo privado en España pasó de caer un -7,4% en 2012 a caer sólo un -2,3% en 2013 (según INE), en el sexto año consecutivo de caída. Dada la mejora observada en el primer semestre (crece un 0,16% hasta mayo), podemos estimar un crecimiento de esta variable de entre el 0% y el 0,2% anual para el conjunto del año 2014.

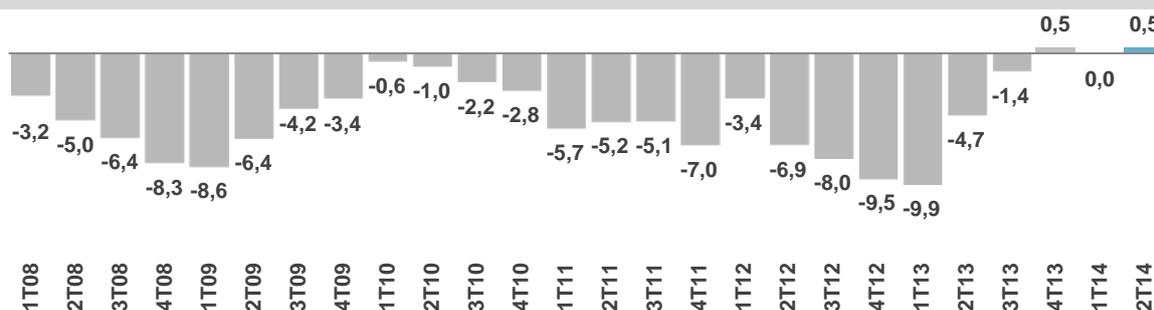
Crecimiento anual del comercio minorista en España (%)



Fuente: INE

En términos trimestrales, las ventas al por menor también ha mostrado un importante cambio de tendencia desde 2013 cuando pasó de caer un -9,9% en el 1T a crecer un +0,5% en el 4T. Durante el primer trimestre de 2014, el consumo minorista se ha mantenido plano según datos de INE, volviendo a crecer un 0,5% durante el segundo trimestre. Por tanto, durante el 1S de 2014 esta variable muestra un ligero crecimiento del 0,2% en el promedio de tasas trimestrales.

Crecimiento trimestral ventas al por menor en España (%)



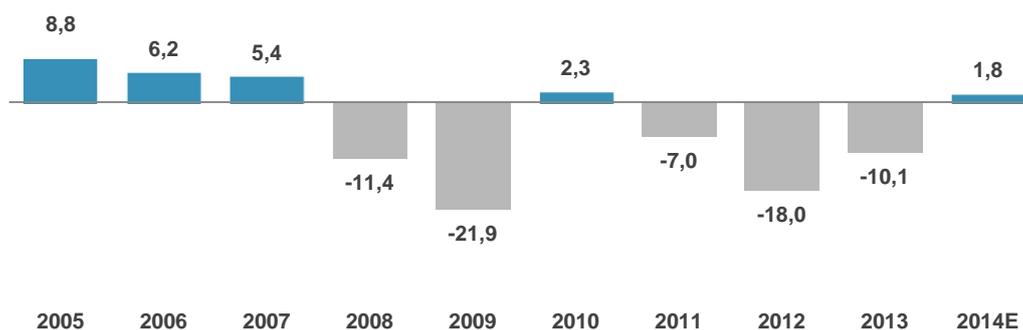
Fuente: INE

Las expectativas para 2014 son de mejora de la situación económica tanto para España como Portugal. Se esperan crecimientos de PIB del +0,9% y +1,2% respectivamente según FMI. Para 2015 se esperan crecimientos del +1,0% y +1,5% respectivamente. En cuanto al consumo minorista, se espera que 2014 muestre crecimiento de consumo (+0,1%), incrementándose en 2015 (+0,7%).

b_ Evolución del mercado publicitario

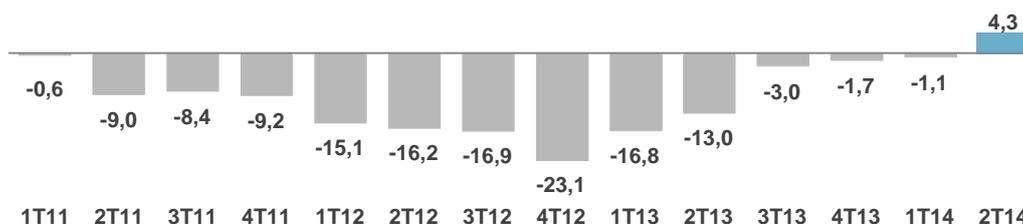
Los negocios del Grupo están directamente expuestos al mercado publicitario en España a través de las divisiones de Radio, Prensa y Digital, así como en menor medida la televisión de pago y en Portugal a través de sus negocios de TV en abierto (TVI) y radio.

Durante 2013 se observó un cambio de tendencia en la inversión publicitaria de España en línea con el entorno económico. Según fuentes públicas (i2p) la **inversión publicitaria en España se redujo un -10,1% en 2013** comparado con una caída del -18,0% en 2012. En 2014 se espera un crecimiento del mercado publicitario total del +1,8%.

Evolución anual de la inversión publicitaria en España (%)


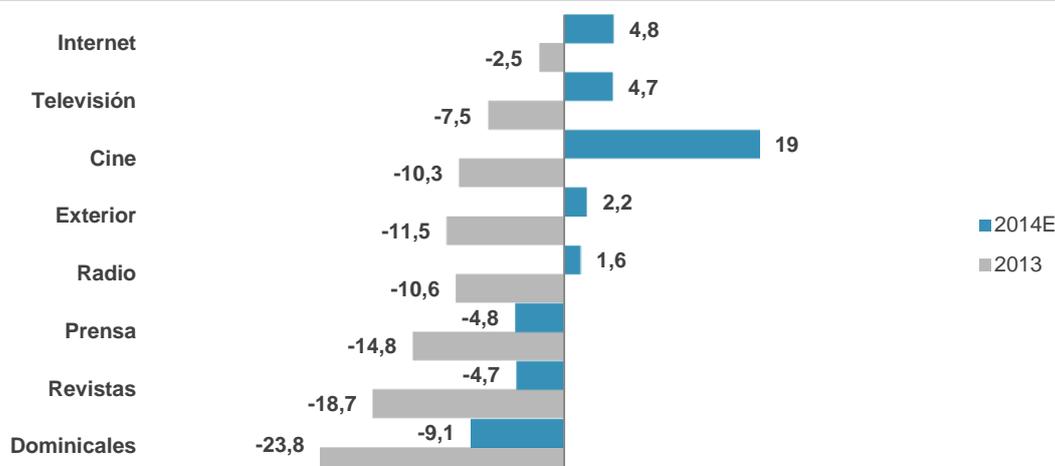
Fuente: i2p (junio 2014)

El comportamiento de la **publicidad en los trimestres estancos de 2013 y 2014 muestra una importante mejora**. La inversión publicitaria en España pasó en 2013 de caer un -16,8% en el primer trimestre a caer sólo un -1,7% en el último. En el 1T de 2014, la inversión publicitaria en España todavía muestra una caída del -1,1%, que se corrige con un incremento del +4,3% en el 2T de 2014, alcanzando un incremento medio del +1,8% en el 1S 2014 (según el informe de junio de i2p)

Evolución trimestral de la inversión publicitaria en España (%)


Fuente: i2p (junio 2014)

Las expectativas para el resto de 2014 son de continuación de la mejora, con un crecimiento esperado (según i2P) del +1,8%, con crecimiento positivo en todos los sectores salvo en la Prensa, donde se espera se suavicen las caídas de inversión en comparación con 2013.

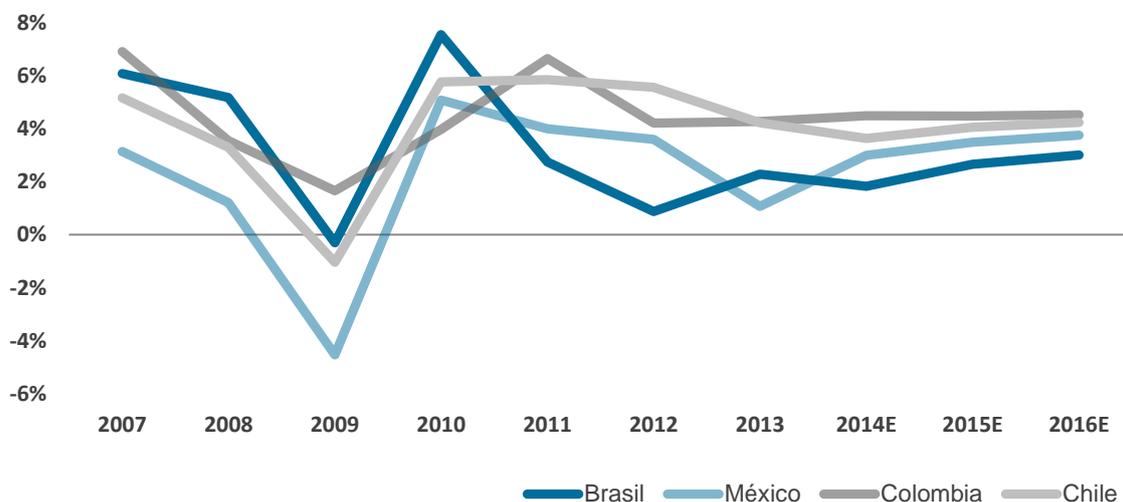
Evolución de la inversión publicitaria en España (%)


Fuente: i2p (junio 2014)

c_ Entorno económico de Latinoamérica

El crecimiento económico de los países a los que se encuentra expuesto el Grupo continuado mostrando fortaleza durante 2013. Este crecimiento se espera que se mantenga durante el resto de 2014, 2015 y 2016 según las estimaciones del FMI (abril 2014).

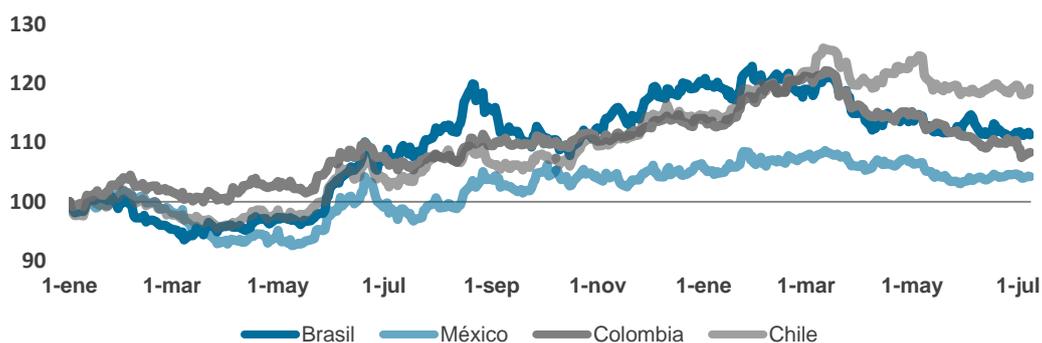
Evolución PIB Latam (%)



Fuente: FMI (abril 2014)

A pesar de la fortaleza del entorno económico, los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto negativamente impactados por la **debilidad del tipo de cambio** en la región. Este impacto negativo alcanza los 55,5 millones de euros en ingresos del grupo y 15,4 millones de euros en EBITDA en el 1S 2014. Como resultado, los ingresos recurrentes de Latinoamérica del Grupo han caído un -12,6% comparado con el crecimiento del +6,0% que se habría obtenido a tipo de cambio constante, y el EBITDA ajustado cae un -2,5% frente al incremento del +16,6% que se habría conseguido a tipo de cambio constante (excluyendo el impacto del cambio de perímetro de consolidación del Grupo).

Evolución tipo de cambio vs Euro 2013 - 2014



| | Brasil | México | Colombia | Chile |
|-------------|--------|--------|----------|--------|
| T1 2013 | 2,64 | 16,69 | 2.365,27 | 623,76 |
| T2 2013 | 2,70 | 16,30 | 2.433,00 | 633,41 |
| T3 2013 | 3,03 | 17,11 | 2.526,75 | 671,48 |
| T4 2013 | 3,10 | 17,73 | 2.604,18 | 703,22 |
| T1 2014 | 3,24 | 18,13 | 2.747,88 | 756,11 |
| T2 2014 | 3,06 | 17,83 | 2.624,31 | 760,69 |
| 1T14 / 1T13 | 22,83% | 8,63% | 16,18% | 21,22% |
| 2T14 / 2T13 | 13,24% | 9,38% | 7,86% | 20,09% |

Fuente: Bloomberg

2_ Principales magnitudes operativas

a_ Resultados operativos del Grupo

| Resultados Operativos del Grupo | ENERO - JUNIO | | | ABRIL-JUNIO | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Millones de euros | | | | | | |
| Ingresos de explotación | 688,00 | 740,88 | (7,1) | 350,50 | 360,00 | (2,6) |
| España | 283,78 | 294,13 | (3,5) | 175,88 | 178,55 | (1,5) |
| Portugal | 88,16 | 85,32 | 3,3 | 48,78 | 46,88 | 4,1 |
| Latam | 316,06 | 361,42 | (12,6) | 125,85 | 134,57 | (6,5) |
| Gastos de explotación | 599,63 | 635,90 | (5,7) | 299,77 | 316,91 | (5,4) |
| España | 292,11 | 295,62 | (1,2) | 149,43 | 152,90 | (2,3) |
| Portugal | 70,76 | 70,38 | 0,6 | 36,64 | 33,95 | 7,9 |
| Latam | 236,76 | 269,91 | (12,3) | 113,70 | 130,06 | (12,6) |
| EBITDA | 88,37 | 104,97 | (15,8) | 50,73 | 43,00 | 18,0 |
| <i>Margen EBITDA</i> | 12,8% | 14,2% | | 14,5% | 11,9% | |
| España | -8,33 | -1,49 | - | 26,45 | 25,65 | 3,1 |
| Portugal | 17,40 | 14,94 | 16,4 | 12,14 | 12,93 | (6,1) |
| Latam | 79,31 | 91,52 | (13,3) | 12,14 | 4,42 | 174,9 |
| EBIT | 14,56 | 36,84 | (60,5) | 6,10 | 7,00 | (12,9) |
| <i>Margen EBIT</i> | 2,1% | 5,0% | | 1,7% | 1,9% | |
| España | -43,10 | -29,85 | (44,4) | 2,40 | 9,98 | (76,0) |
| Portugal | 13,26 | 10,11 | 31,1 | 10,17 | 10,52 | (3,4) |
| Latam | 44,40 | 56,58 | (21,5) | -6,46 | -13,50 | 52,1 |
| Ingresos de explotación ajustados | 635,76 | 696,02 | (8,7) | 312,42 | 335,54 | (6,9) |
| EBITDA ajustado | 96,78 | 99,49 | (2,7) | 42,63 | 38,42 | 11,0 |
| <i>Margen EBITDA ajustado</i> | 15,2% | 14,3% | | 13,6% | 11,4% | |
| EBIT ajustado | 36,32 | 41,13 | (11,7) | 7,92 | 8,61 | (8,0) |
| <i>Margen EBIT ajustado</i> | 5,7% | 5,9% | | 2,5% | 2,6% | |

b_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación

Se muestran a continuación los principales impactos extraordinarios:

| Efectos extraordinarios | ENERO - JUNIO | | ABRIL-JUNIO | |
|--|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Millones de euros | | | | |
| Efectos extraordinarios en ingresos | 52,24 | 44,85 | 38,09 | 24,46 |
| Ajuste patrocinios publicidad | 1,47 | 0,00 | 1,018 | 0,00 |
| Ajuste perímetro de consolidación | (9,64) | 0,00 | (5,65) | 0,00 |
| Ediciones Generales | 60,41 | 44,85 | 42,719 | 24,46 |
| Efectos extraordinarios en gastos | 60,65 | 39,37 | 29,99 | 19,88 |
| Indemnizaciones | 29,67 | 7,24 | 16,549 | 3,29 |
| Ajuste patrocinios publicidad | 1,47 | 0,00 | 1,018 | 0,00 |
| Ajuste perímetro de consolidación | (6,10) | 0,00 | (3,53) | 0,00 |
| Complemento jubilación no recurrente | 6,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Ediciones Generales | 29,6100 | 32,12 | 15,95 | 16,59 |
| Efectos extraordinarios en amort. y provisiones | 13,35 | 9,78 | 9,92 | 6,19 |
| Fondo de comercio | 6,79 | 0,00 | 6,79 | 0,00 |
| Ediciones Generales | 7,13 | 9,78 | 3,43 | 6,19 |
| Ajuste perímetro de consolidación | (0,57) | 0,00 | (0,30) | 0,00 |

a) Indemnizaciones: El gasto extraordinario por indemnizaciones asciende a 29,67 millones de euros en el primer semestre de 2014, comparado con los 7,24 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

b) Patrocinios de Publicidad: Los ingresos y gastos derivados del patrocinio de determinados eventos se consideran extraordinarios, aunque el ajuste no tiene impacto a nivel EBITDA.

c) En 2014 se han producido cambios en el perímetro de consolidación: Radio México y Costa Rica: se consolidan por puesta en equivalencia cuando en 2013 se consolidaban por integración proporcional.

c_ Impacto del tipo de cambio

Como se ha explicado anteriormente, el tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en los resultados operativos del Grupo. El impacto del tipo de cambio ha sido de 55,5 millones de euros a nivel de ingresos de explotación, de 15,4 millones de euros a nivel EBITDA y de 10,7 millones de euros a nivel EBIT.

Se muestra a continuación el **crecimiento de ingresos, EBITDA y EBIT a tipo de cambio constante**

- Los ingresos de explotación ajustados habrían caído un -0,7 % en vez de un -7,1%
- El EBITDA ajustado ha crecido un 12,7% en vez de disminuir un -15.8%, en euros.

| Resultados a tipo de cambio constante | ENERO - JUNIO | | | ABRIL-JUNIO | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Millones de euros | | | | | | |
| Ingresos de explotación a tipo constante | 743,46 | 740,88 | 0,3 | 350,07 | 360,00 | (2,8) |
| Latam | 371,53 | 361,42 | 2,8 | 133,67 | 134,57 | (0,7) |
| EBITDA a tipo constante | 103,75 | 104,97 | (1,2) | 50,30 | 43,00 | 17,0 |
| <i>Margen EBITDA</i> | <i>14,0%</i> | <i>14,2%</i> | | <i>14,4%</i> | <i>11,9%</i> | |
| Latam | 94,69 | 91,52 | 3,5 | 11,71 | 4,42 | 165,2 |
| EBIT a tipo constante | 25,27 | 36,84 | (31,4) | 4,69 | 7,00 | (33,0) |
| <i>Margen EBIT</i> | <i>3,4%</i> | <i>5,0%</i> | | <i>1,3%</i> | <i>1,9%</i> | |
| Latam | 55,11 | 56,58 | (2,6) | (7,87) | (13,50) | 41,7 |
| Ingresos de explotación ajustados a tipo constante | 691,23 | 696,02 | (0,7) | 320,24 | 335,54 | (4,6) |
| EBITDA ajustado a tipo constante | 112,16 | 99,49 | 12,7 | 42,20 | 38,42 | 9,8 |
| <i>Margen EBITDA ajustado</i> | <i>16,2%</i> | <i>14,3%</i> | | <i>13,2%</i> | <i>11,4%</i> | |
| EBIT ajustado a tipo constante | 47,03 | 41,13 | 14,3 | 6,51 | 8,61 | (24,4) |
| <i>Margen EBIT ajustado</i> | <i>6,8%</i> | <i>5,9%</i> | | <i>2,0%</i> | <i>2,6%</i> | |

3_ Negocio de Educación

| EDUCACIÓN | ENERO - JUNIO | | | ABRIL - JUNIO | | |
|--|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Ingresos | 324,42 | 350,36 | (7,4%) | 153,49 | 150,01 | 2,3% |
| España | 68,69 | 60,48 | 13,6% | 62,20 | 55,16 | 12,8% |
| Internacional | 255,73 | 289,88 | (11,8%) | 91,29 | 94,85 | (3,8%) |
| Gastos de explotación | 255,01 | 278,18 | (8,3%) | 129,76 | 139,85 | (7,2%) |
| EBITDA | 69,42 | 72,18 | (3,8%) | 23,73 | 10,17 | 133,4% |
| % margen | 21,4% | 20,6% | | 15,5% | 6,8% | |
| EBIT | 27,03 | 33,53 | (19,4%) | (1,45) | (11,47) | 87,4% |
| % margen | 8,3% | 9,6% | | (0,9%) | (7,6%) | |
| Efectos extraordinarios en ingresos | 60,41 | 44,85 | | 42,72 | 24,46 | |
| Ediciones Generales | 60,41 | 44,85 | | 42,72 | 24,46 | |
| Efectos extraordinarios en gastos | 41,45 | 33,02 | | 26,98 | 17,12 | |
| Indemnizaciones | 11,84 | 0,90 | | 11,03 | 0,54 | |
| Ediciones Generales | 29,61 | 32,12 | | 15,95 | 16,59 | |
| Efectos extraordinarios en amort. y provs. | 13,92 | 9,78 | | 10,22 | 6,19 | |
| Fondo de Comercio | 6,79 | 0,00 | | 6,79 | | |
| Ediciones Generales | 7,13 | 9,78 | | 3,43 | 6,19 | |
| Ingresos ajustados | 264,01 | 305,50 | (13,6%) | 110,77 | 125,55 | (11,8%) |
| EBITDA ajustado | 50,46 | 60,35 | (16,4%) | 7,99 | 2,83 | 182,7% |
| % margen ajustado | 19,1% | 19,8% | | 7,2% | 2,3% | |
| EBIT ajustado | 21,98 | 31,47 | (30,2%) | (7,0) | (12,6) | 44,8% |
| % margen ajustado | 8,3% | 10,3% | | (6,3%) | (10,1%) | |
| Ingresos ajustados a tipo de cambio constante | 309,40 | 305,50 | 1,3% | 113,63 | 125,55 | (9,5%) |
| EBITDA ajustado | 63,61 | 60,35 | 5,4% | 6,29 | 2,83 | 122,6% |
| % margen ajustado | 20,6% | 19,8% | | 5,5% | 2,3% | |
| EBIT ajustado | 31,17 | 31,47 | (1,0%) | (9,2) | (12,6) | 27,2% |
| % margen ajustado | 10,1% | 10,3% | | (8,1%) | (10,1%) | |

a_ Posición de mercado

Santillana, el negocio de educación de mantiene una posición de mercado líder la práctica totalidad de los países en los que opera. En España, Santillana tiene una cuota de mercado del 19,3%.

Se detalla a continuación la cuota y posición de mercado de Santillana en sus principales mercados según los últimos datos disponibles:

Posición de mercado del negocio de educación de PRISA

| País | Cuota de mercado | Posición de mercado |
|-----------|------------------|---------------------|
| España | 19,3% | 1 |
| Brasil | 19,9% | 1 |
| México | 17,4% | 1 |
| Argentina | 27,6% | 1 |
| Chile | 38,8% | 1 |
| Colombia | 17,2% | 1 |
| Portugal | 7,1% | 3 |

Fuente: Estimaciones internas de , datos a final de 2013, México: 23,4 % incluye UNO

b_ Ingresos de explotación

Los ingresos de explotación del negocio de educación son estacionales y dependen de las campañas educativas de cada uno de los 22 países en los que tiene presencia Santillana. Durante el primer semestre del año tienen lugar la totalidad de las campañas del área sur, lo cual incluye los siguientes países: Brasil (venta regular), Colombia, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Honduras, El Salvador, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador.

En los resultados de los primeros seis meses del año, se incluyen también parte de las campañas pendientes del área Norte, principalmente España y México, que se encuentra en la fase de colocación de libros

Los ingresos ajustados de educación en el 1S del año se han visto negativamente afectados por la evolución de los tipos de cambio, que impactan en ingresos en 45,4 millones de euros y en EBITDA en

13,2 millones de Euros. Excluyendo el impacto de los tipos de cambio, los ingresos ajustados crecen un +1,3% y el EBITDA un 5,4%.

En la evolución de ingresos del primer semestre cabe destacar:

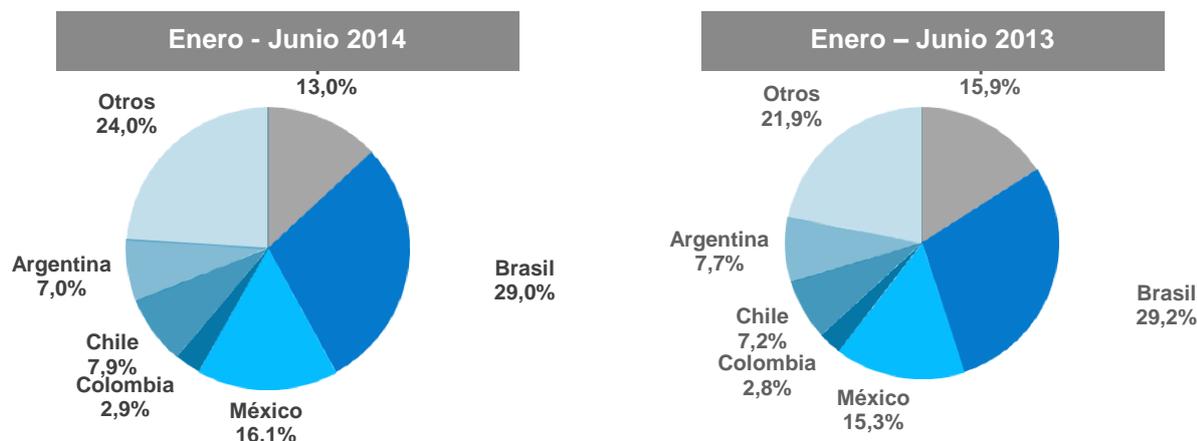
- a) **La evolución de las campañas del área sur**, que en su conjunto muestran una buena evolución en moneda local a excepción de Perú (debido en buena parte a que en 2013 se produjo una venta institucional no recurrente significativa)
- b) **España**, que se encuentra en plena fase de colocación de libros y que debido a la implantación de la nueva ley de educación y al distinto ritmo de implantación de la misma por las distintas comunidades autónomas lleva un retraso respecto al 2013 de 14,5 millones de euros. Dicho retraso y pese a las dificultades que está planteando la implantación de la nueva ley se corregirá en los próximos meses, esperando terminar la campaña de España de 2014 con crecimientos respecto a 2013.
- c) **México**, que se encuentra en plena fase de colocación y cuya evolución se prevé positiva para el final del año
- d) **Brasil**, cuya campaña institucional aún no ha comenzado y dadas las listas de títulos aprobados por el gobierno se prevé difícil mantener la cuota del programa de Enseñanza Media anterior aunque la campaña en su conjunto debería ser positiva respecto al año anterior

La contribución a ingresos ajustados de los distintos países en los que tiene presencia Santillana, separando la contribución de Educación tradicional (incluyendo el sistema de enseñanza Compartir), y el sistema de enseñanza de UNO es la siguiente:

| EDUCACIÓN | INGRESOS DE EXPLOTACIÓN | | | INGRESOS MONEDA LOCAL | | |
|--|-------------------------|---------------|----------------|-----------------------|-----------|-------------|
| | 1S 2014 | 1S 2013 | Var % | 1S 2014 | 1S 2013 | Var % |
| Total Santillana | 264,01 | 305,50 | (13,6%) | | | 1,3% |
| Educación tradicional y Compartir | 231,64 | 274,34 | (15,6%) | | | |
| España | 34,46 | 48,51 | (29,0%) | 34,31 | 48,51 | (29,3%) |
| Brasil | 60,46 | 73,97 | (18,3%) | 195,55 | 196,94 | (0,7%) |
| Méjico | 31,01 | 35,76 | (13,3%) | 550,59 | 588,13 | (6,4%) |
| Argentina | 18,57 | 23,45 | (20,8%) | 202,70 | 156,03 | 29,9% |
| Chile | 20,74 | 22,10 | (6,2%) | 15.714,88 | 13.802,88 | 13,9% |
| Colombia | 3,52 | 3,58 | (1,5%) | 9,92 | 8,52 | 16,5% |
| Otros países | 62,88 | 66,97 | (6,1%) | | | - |
| Sistema UNO | 32,08 | 31,10 | 3,1% | | | |
| España | 0,10 | 0,00 | --- | 0,10 | 0,00 | --- |
| Brasil | 16,10 | 15,19 | 6,0% | 50,30 | 40,23 | 25,0% |
| Méjico | 11,62 | 11,06 | 5,0% | 210,37 | 181,98 | 15,6% |
| Colombia | 4,25 | 4,85 | (12,4%) | 11,64 | 11,53 | 1,0% |
| Otros | 0,29 | 0,06 | n.r. | | | |

Como resultado de lo anterior, **geográficamente el desglose de ingresos** fue el siguiente:

Desglose geográfico de ingresos de educación (%)



c_ Gastos de explotación y capex

Los **gastos de explotación ajustados** se reducen en el 1S de 2014 un **12,8%**. Esta reducción responde a:

- **Menores gastos por tipo de negocio:** Educación tradicional y Compartir (-10,3%, 20,7 millones de euros), Sistema UNO (-23,9%, 8 millones de euros)
- **Menores gastos por concepto:** gastos de personal (-4,4%, -3,2 millones de euros, excluyendo el impacto de indemnizaciones), servicios exteriores (-11,5%, 10 millones de euros) y derechos de autor (-7,3%, 0,7 millones de euros).

En cuanto a las **Inversiones**, Santillana realiza **inversiones totales por 28,7 millones de euros en el 1S de 2014 (-20,2%)**.

d_ EBITDA

El EBITDA ajustado de educación en el primer semestre de 2014 alcanzó 50,5 millones de euros (-16,4%). Dicha reducción tiene como principal causa el **impacto negativo de los tipos de cambio** puesto que **a tipo de cambio constante, el negocio de educación habría visto crecer su EBITDA un 5,4% y alcanzar 63,6 millones de euros**.

La **contribución a EBITDA ajustado de los distintos países** en los que tiene presencia Santillana, separando la contribución de Educación tradicional (incluyendo el sistema de enseñanza Compartir), y el sistema de enseñanza UNO, es la siguiente:

| EDUCACIÓN | EBITDA | | | EBITDA MONEDA LOCAL | | |
|--|---------------|----------------|----------------|---------------------|----------|-------------|
| | 1S 2014 | 1S 2013 | Var % | 1S 2014 | 1S 2013 | Var % |
| Total Santillana | 50,46 | 60,35 | (16,4%) | | | 5,4% |
| Educación tradicional y Compartir | 51,14 | 73,09 | (30,0%) | | | |
| España | 0,60 | 11,20 | n.r. | (8,19) | 1,47 | n.r. |
| Brasil | 13,78 | 19,67 | (29,9%) | 47,49 | 51,91 | (8,5%) |
| Méjico | 6,61 | 8,54 | (22,6%) | 114,41 | 139,92 | (18,2%) |
| Argentina | 8,41 | 10,76 | (21,8%) | 92,73 | 70,90 | 30,8% |
| Chile | 9,61 | 10,16 | (5,4%) | 7.298,72 | 6.345,68 | 15,0% |
| Colombia | (1,61) | (2,17) | (25,7%) | (4,00) | (5,26) | (23,9%) |
| Otros países | 13,75 | 14,94 | (8,0%) | n.a. | n.a. | n.a. |
| Sistema UNO | 6,39 | (2,68) | n.r. | | | |
| España | (0,06) | (0,00) | --- | (0,06) | (0,00) | --- |
| Brasil | 2,84 | (3,60) | n.r. | 8,45 | (9,79) | n.r. |
| Méjico | 3,00 | 1,37 | 118,8% | 54,82 | 22,71 | 141,4% |
| Colombia | 0,62 | (0,44) | n.r. | 1,85 | (1,18) | n.r. |
| Ediciones Generales | 0,00 | 0,00 | | | | |
| España | 0,00 | 0,00 | n.r. | 0,00 | 0,00 | n.r. |
| Internacional | 0,00 | 0,00 | n.r. | n.a. | n.a. | n.a. |
| Otros | (7,06) | (10,07) | n.r. | | | |

e_ Desarrollo Digital – Sistemas de Enseñanza Digitales (UNO y Compartir)

Sistema UNO: Se trata de un servicio integral pedagógico, que se construye en torno a la colaboración con la gestión del colegio, ofreciendo formación y evaluación, una educación bilingüe y la digitalización del sistema educativo (incluyendo la clase). Es un sistema que incluye en el mismo a propietarios del colegio, directores, profesores, alumnos y padres.

La propuesta incluye:

- **Contenido:** material impreso (alumno, profesor, clase) y digital (alumno y profesor)
- **Plataforma digital:** hardware (ipads, servidores, proyectores etc.) y software (apps, soporte..)
- **Evaluación:** exámenes de la escuela o nacionales (MAPCO, PISA, Inglés –Cambridge-)
- **Entrenamiento:** para directores, profesores, alumnos y padres con conferencias, seminarios, eventos, tutoriales, servicios digitales etc

El modelo de negocio:

- El negocio se hace B2B, con acuerdos directos con los colegios (por 4 años), y pago directo de los padres.
- El precio es mayor que el paquete de libros tradicional a los colegios.
- Se ofrece la digitalización de las clases y la posibilidad de tener una tableta (ipad) por cada alumno.
- Supone una transformación de material impreso con elementos digitales a sistema totalmente digital.
- El desarrollo del proceso educativo está planeado y gestionado en su totalidad a través del sistema UNO.

La presencia geográfica: el sistema UNO se ha lanzado en Brasil, México y Colombia con considerable éxito en los tres países.

Los resultados: En el primer semestre de 2014, los resultados de sistema UNO continúan mostrando un buen comportamiento en moneda local y mejorando rentabilidad, una vez ajustados de los efectos de anticipación de ventas que se produjeron en Brasil y Colombia

Los indicadores operativos:

- **Brasil:** sistema UNO se encuentra presente en 327 colegios y alcanza a 111.505 alumnos.
- **Colombia:** sistema UNO se encuentra presente en 81 colegios y alcanza a 27.793 alumnos.
- **México:** sistema UNO alcanza 435 colegios con 126.169 alumnos.
- **TOTAL:** sistema UNO se encuentra presente en 843 colegios y llega ya a los 265.467 alumnos

Sistema COMPARTIR: Iniciativa dirigida a facilitar la incorporación de tecnología a los colegios de una forma menos radical que Sistema UNO. Supone una introducción al mundo digital en vez de una propuesta educativa alternativa a los colegios. Proporciona a los colegios una solución para enfrentar la necesidad de introducir cambios tecnológicos, cuando son más reacios a abandonar el sistema tradicional de libros de texto.

La propuesta: ofrece libros de texto enriquecidos con componentes digitales y acceso a hardware y software a precios preferentes para ir incrementando la exposición digital del colegio.

- **Contenido:** mismo contenido creado para educación tradicional añadiendo servicios adicionales.
- **Evaluación.**
- **Entrenamiento pedagógico:** incluye consultoría, cursos y certificaciones.
- **Digitalización de clases:** incluyendo hardware para mejorar la experiencia educativa de los alumnos.
- **Contenido Online:** Santillana plus (página web para alumnos y profesores) y Twig (videos educativos de biología, física, química y ciencias naturales).
- **Learning Management System (LMS):** integración de la comunidad de aprendizaje (alumno, profesores y padres) en una plataforma personalizable y que simplifica la gestión educativa.

El modelo de negocio:

- El negocio se hace B2B, con acuerdos con los colegios (3 años) con pago por suscripciones
- Se entrega el sistema directamente a los colegios
- Existen varias opciones para satisfacer las distintas necesidades de los colegios
- Se tiene un acuerdo con proveedores de hardware para los colegios que adopten Compartir

Presencia Geográfica: El sistema Compartir se encuentra mucho más expandido que UNO, con presencia en Argentina, Brasil, Centroamérica Norte y Sur, Chile, Colombia, Ecuador, México y República Dominicana. En febrero de 2015 se lanza en Perú.

De estos países, en el primer trimestre de 2014 sólo ha tenido lugar la campaña de Educación del hemisferio Sur. La contribución a ingresos y EBITDA de dicha campaña se encuentra incluida con los ingresos de educación tradicionales mostrados en las tablas anteriores.

En cuanto a sus indicadores operativos, **Sistema Compartir alcanza 1.110 colegios y 361.630 alumnos.**

4_ Negocio de Radio

| RADIO | ENERO - JUNIO | | | ABRIL - JUNIO | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Ingresos | 143,89 | 155,34 | (7,4%) | 82,06 | 85,83 | (4,4%) |
| Publicidad | 132,17 | 141,70 | (6,7%) | 75,49 | 78,45 | (3,8%) |
| <i>España</i> | 77,49 | 76,80 | 0,9% | 44,04 | 42,36 | 4,0% |
| <i>Internacional</i> | 54,56 | 64,86 | (15,9%) | 31,40 | 36,04 | (12,9%) |
| <i>Otros*</i> | 0,12 | 0,04 | --- | 0,05 | 0,05 | 15,2% |
| Otros | 11,73 | 13,63 | (14,0%) | 6,57 | 7,38 | (10,9%) |
| Gastos de explotación | 123,22 | 136,36 | (9,6%) | 63,75 | 69,30 | (8,0%) |
| EBITDA | 20,68 | 18,98 | 8,9% | 18,32 | 16,53 | 10,8% |
| % margen | 14,4% | 12,2% | | 22,3% | 19,3% | |
| EBIT | 13,29 | 9,66 | 37,6% | 14,23 | 11,99 | 18,7% |
| % margen | 9,2% | 6,2% | | 17,3% | 14,0% | |
| Efectos extraordinarios en ingresos | (9,41) | 0,00 | | (5,42) | | |
| Ajuste de consolidación | 0,24 | | | 0,24 | | |
| Ajuste perímetro de consolidación | (9,65) | | | (5,66) | | |
| Efectos extraordinarios en gastos | (2,06) | 1,82 | | (1,81) | 0,85 | |
| Indemnizaciones | 3,90 | 1,82 | | 1,51 | 0,85 | |
| Ajuste de consolidación | 0,24 | | | 0,24 | | |
| Ajuste perímetro de consolidación | (6,20) | | | (3,57) | | |
| Efectos extraordinarios en amort. y provs. | (0,57) | 0,00 | | (0,30) | 0,00 | |
| Ajuste perímetro de consolidación | (0,57) | 0,00 | | (0,30) | 0,00 | |
| Ingresos ajustados | 153,30 | 155,34 | (1,3%) | 87,48 | 85,83 | 1,9% |
| EBITDA ajustado | 28,02 | 20,80 | 34,8% | 21,92 | 17,38 | 26,2% |
| % margen ajustado | 18,3% | 13,4% | | 25,1% | 20,2% | |
| EBIT ajustado | 20,07 | 11,47 | 74,9% | 18,13 | 12,84 | 41,2% |
| % margen ajustado | 13,1% | 7,4% | | 20,7% | 15,0% | |
| * Incluye Música y Ajustes de consolidación | | | | | | |
| Ingresos ajustados a tipo de cambio constante | 162,63 | 155,34 | 4,7% | 91,95 | 85,83 | 7,1% |
| EBITDA ajustado | 30,18 | 20,80 | 45,1% | 23,10 | 17,38 | 32,9% |
| % margen ajustado | 18,6% | 13,4% | | 25,1% | 20,2% | |
| EBIT ajustado | 21,53 | 11,47 | 87,6% | 18,85 | 12,84 | 46,8% |
| % margen ajustado | 13,2% | 7,4% | | 20,5% | 15,0% | |

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 4.566.000 oyentes** (cuota de mercado del 38,3% 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 22% y el 15% respectivamente.**

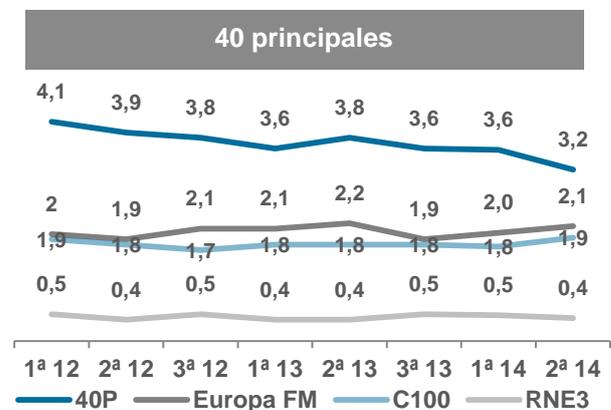
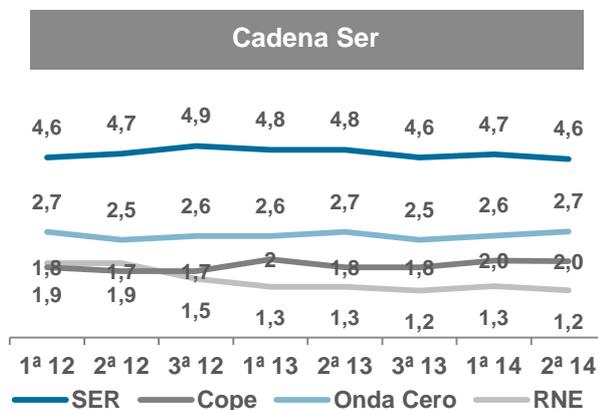
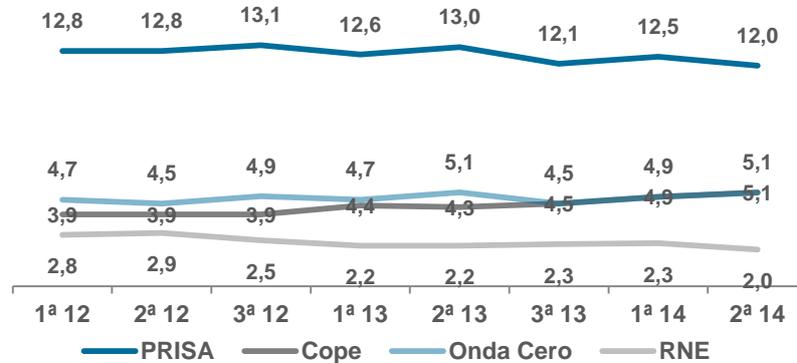
Se detalla a continuación el número de oyentes de las emisoras de Radio en España de :

| Miles de Oyentes | Oyentes | | |
|--------------------------|---------------|----------|--------------|
| | 2Q 2014 | Posición | Cuota |
| Radio Generalista | 4.566 | 1 | 38,3% |
| Cadena SER | 4.566 | | 38,3% |
| Radio Musical | 7.469 | 1 | 50,7% |
| 40 Principales | 3.203 | | 21,7% |
| Dial | 2.254 | | 15,3% |
| Máxima FM | 834 | | 5,7% |
| M80 | 580 | | 3,9% |
| Radiolé | 598 | | 4,1% |
| Total | 12.035 | | |

Fuente: EGM Segunda Ola 2014 (última disponible)

La fuerte posición de liderazgo de las emisoras de radio del Grupo en España frente a la competencia es recurrente en el tiempo. Se muestra a continuación la evolución de la posición de audiencia de las emisoras de radio del grupo según EGM.

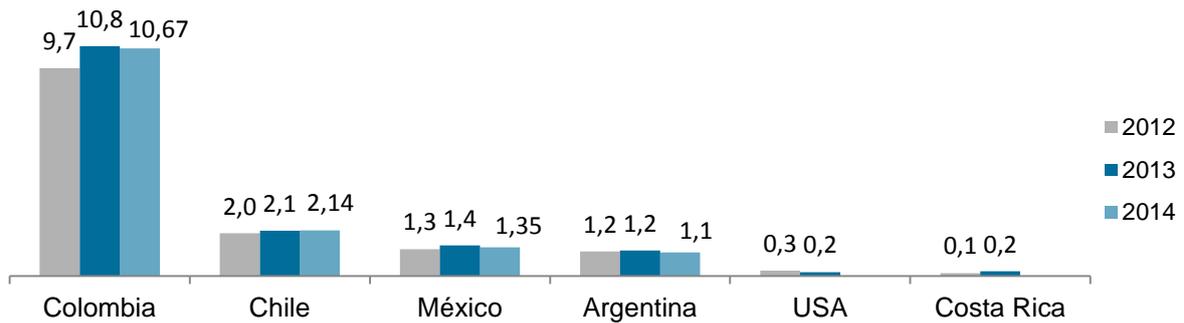
Evolución de la audiencia de mercado de Radio en España (millones de oyentes)



Fuente: EGM primera Ola 2014 (última disponible)

En cuanto a la radio internacional, mantiene el liderazgo en Chile y en Colombia (cuotas de 48,4% y 36,5% respectivamente) y la tercera posición en México (14%). El detalle de la posición de mercado de las emisoras de radio internacionales de se detalla a continuación según la última información disponible (mayo 2014):

| Miles de Oyentes | Oyentes | | |
|-------------------|---------|----------|-------|
| | 2014 | Posición | Cuota |
| Colombia | 10.672 | 1 | 36,5% |
| Chile | 2.137 | 1 | 48,4% |
| México | 1.353 | 3 | 14,0% |
| Argentina | 1.109 | 4 | 8,0% |
| Costa Rica | 156 | 4 | 7,1% |
| USA - Miami | 102 | 9 | 2,5% |
| USA - Los Ángeles | 70 | 4 | 8,2% |

Evolución de la audiencia de mercado de Radio Internacional (millones de oyentes)


Fuente: ECAR (Colombia), IPSOS (Chile), INRA (México), IBOPE (Argentina), última información disponible a junio 2014

b_ Ingresos de explotación

En el primer semestre de 2014, **los ingresos de la radio** alcanzaron los 143,9 millones de euros, lo que supone una caída del - 7,4%. Esta caída se debe principalmente a:

- **El cambio en el perímetro de consolidación de radio México y Costa Rica** que dejan de estar integradas por consolidación proporcional y pasan a ser integradas por puesta en equivalencia.
- **El impacto negativo de los tipos de cambio** que a nivel ingresos fue de 9,3 millones de euros.

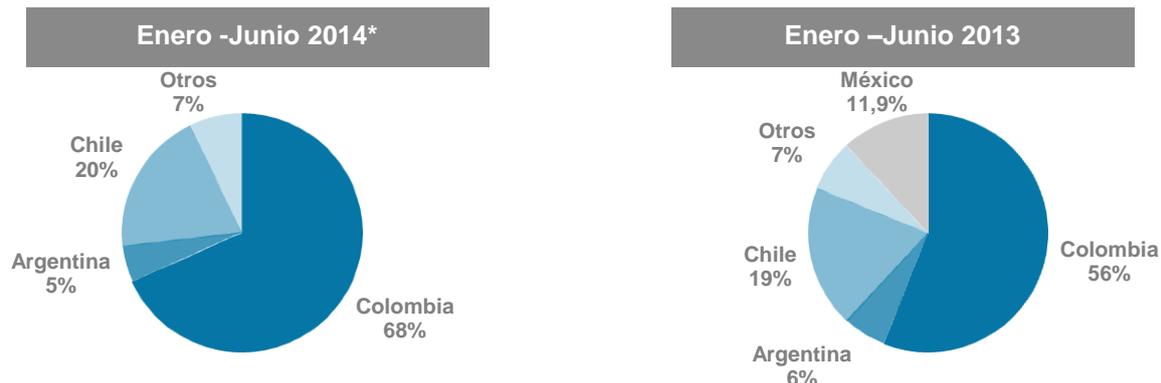
A tipo de cambio constante y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos de Radio habrían alcanzado 162,3 millones de euros en el primer semestre de 2014, creciendo un +4,7% versus 2013.

Ingresos de Radio por origen geográfico:

- a) **España:** Los ingresos de radio España alcanzan 82,8 millones de euros en el primer semestre de 2014 (+1,5% versus 2013).
- b) **Internacional:** Los ingresos de radio internacionales representan un 39% del total, alcanzando 56,7 millones de euros en el primer semestre de 2014 (-15,8% versus 2013). Dicha caída se debe a:
- **El cambio en el perímetro de consolidación.**
 - **El tipo de cambio.**
- A tipo constante y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos internacionales de Radio habrían alcanzado 75,7 millones de euros en el 1S (+12,4% versus 2013).

Ingresos por origen geográfico (%)


* Datos impactados por desconsolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto los ingresos de Latinoamérica habrían alcanzado 43,3% del total de ingresos de la división.

Contribución internacional de los distintos países a Radio Internacional (%)


* Datos impactados por la desconsolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto Colombia representaría 58,4%, México 13,8%, Argentina 4,2%, Chile 16,9% y el resto 6,8%.

Ingresos de radio por concepto:

a) **Ingresos publicitarios:** Los ingresos publicitarios de radio se reducen un -6,7% en el primer semestre de 2014 alcanzando 132,2 millones de Euros y representando un 91,8% de los ingresos de la división.

Los ingresos publicitarios internacionales que se reducen un -15,9%, se ven reducidos por el impacto negativo del tipo de cambio y de la desconsolidación de México y Costa Rica. Excluyendo estos impactos, los ingresos publicitarios internacionales habrían alcanzado 73,1 millones de euros (+12,8% versus 2013)

Los ingresos publicitarios de España, que representan un 59% crecen un 0,9%.

b) **Otros ingresos:** alcanzan 11,73 millones de euros (-14% versus 2013). Estos ingresos incluyen prestación de servicios, venta de productos y otros.

En los ingresos de publicidad de Radio del primer semestre 2013 se ha realizado una **reclasificación de ingresos** por importe de 3 millones de euros correspondientes a publicidad de eventos, que anteriormente estaba incluida dentro de "Otros Ingresos" en la división de Radio. Dicho cambio no tiene impacto a nivel de resultados de la unidad de negocio ni del Grupo.

c_ Gastos de explotación y capex

El Grupo mantiene su importante esfuerzo de control de costes. Los gastos de explotación en el primer semestre de 2014 se han reducido un -9,6% con respecto al mismo periodo de 2013. Ajustados de efectos no recurrentes (principalmente indemnizaciones) y de efectos de perímetro, los gastos de explotación se habrían reducido en un -6,7%.

La reducción de gastos continúa con un proceso de control de costes llevado a cabo en los últimos años, y mejora el posicionamiento de la división para disfrutar de apalancamiento operativo cuando mejore el entorno de mercado como se espera para 2014 (inversión publicitaria en Radio estimada por i2p se espera que alcance un crecimiento del +1,0%).

En cuanto a las **inversiones**, Radio realiza inversiones por valor de 1,85 millones de euros en el primer semestre de 2014,

d_ EBITDA

El EBITDA de Radio fue positivo en 20,68 millones de euros en el primer semestre de 2014, lo que compara con un EBITDA de 18,98 millones en el mismo periodo de 2013. Excluyendo extraordinarios y FX, el EBITDA hubiera alcanzado 29,85 millones de euros comparado con 20,80 millones en el mismo periodo de 2013 (+43,6%).

e_ Desarrollo Digital

Destaca la solidez y el crecimiento de horas de escucha de radio a través de medios digitales. En el último año, las horas de escucha mensuales han crecido de 38 millones en marzo de 2013 a 42 millones en junio de 2014, con una evolución positiva de horas de escucha en España y Radio Internacional.

Evolución de horas de escucha de radio digital (millones de horas)



El apoyo a la actividad digital del negocio de radio tiene como resultado:

- **El fuerte crecimiento de los navegadores únicos** a las páginas web internacionales de radio del Grupo: Los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España crecen un +9% y alcanzan 8,0 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture crecen un +28% y alcanzan 9,9 millones de media.
- **Durante 2013 se lleva a cabo el lanzamiento de Yes.fm:** Yes.fm es una plataforma de escucha de música en “*streaming*” que busca ser la primera plataforma de difusión de música online en España y Latinoamérica, acercar los usuarios a los artistas desde cualquier soporte, grabado o en vivo y ofrecer la experiencia más completa para la escucha de música y el acceso a los servicios relacionados con ella. Implantado inicialmente en España (2013) se pretende extender a otros países durante 2014.

Las principales **ventajas de Radio** para ofrecer el servicio son: Fortaleza de sus marcas en productos musicales, capilaridad comercial, expertos en música en 10 países, conocimiento de la industria musical y sitios web de para promoción y captación (EIPaís, As, Rolling Stone, Meristation, Yomvi).

El **modelo de negocio** de YES.fm se basa en:

- **Publicidad:** Modelo asociado a canales y radios (menor coste de derechos), con mínimos garantizados más bajos, experiencia e implantación territorial de Radio para la venta publicitaria, inteligencia local de música, predominio de usuarios pasivos en el mercado.
- **Subscripción:** Modelo «a la carta» necesario para *heavy-users* o usuarios que no quieren publicidad proporciona además diversificación de los ingresos.
- **E-commerce.**

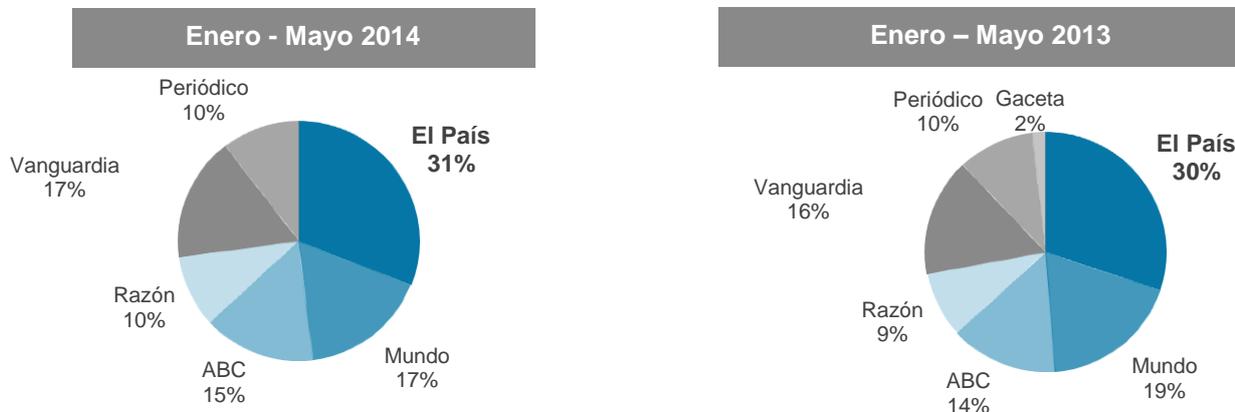
5_ Negocio de Prensa

| | ENERO - JUNIO | | | ABRIL - JUNIO | | |
|--|----------------|---------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| PRENSA | | | | | | |
| Ingresos | 132,40 | 136,50 | (3,0%) | 66,61 | 69,82 | (4,6%) |
| <i>Publicidad</i> | 51,75 | 53,96 | (4,1%) | 29,88 | 29,48 | 1,4% |
| <i>Circulación</i> | 55,60 | 65,16 | (14,7%) | 27,36 | 31,69 | (13,7%) |
| <i>Promociones y otros</i> | 25,05 | 17,38 | 44,1% | 9,37 | 8,64 | 8,4% |
| Gastos de explotación | 136,57 | 127,74 | 6,9% | 64,80 | 63,21 | 2,5% |
| EBITDA | (4,17) | 8,76 | (147,6%) | 1,80 | 6,60 | (72,7%) |
| % margen | (3,2%) | 6,4% | | 2,7% | 9,5% | |
| EBIT | (14,45) | 1,16 | --- | (4,68) | 2,38 | --- |
| % margen | (10,9%) | 0,9% | | (7,0%) | 3,4% | |
| Efectos extraordinarios en ingresos | 1,47 | 0,00 | | 1,02 | 0,00 | |
| Ajuste Patrocinios Publicidad | 1,47 | 0,00 | | 1,02 | | |
| Efectos extraordinarios en gastos | 12,95 | 2,59 | | 3,76 | 1,54 | |
| Indemnizaciones | 11,49 | 2,59 | | 2,74 | 1,54 | |
| Ajuste Patrocinios Publicidad | 1,47 | 0,00 | | 1,02 | | |
| Ingresos ajustados | 130,94 | 136,50 | (4,1%) | 65,59 | 69,82 | (6,1%) |
| EBITDA ajustado | 7,32 | 11,35 | (35,5%) | 4,55 | 8,14 | (44,2%) |
| % margen ajustado | 5,6% | 8,3% | | 6,9% | 11,7% | |
| EBIT ajustado | (3,0) | 3,75 | (179,0%) | (1,9) | 3,91 | (149,3%) |
| % margen ajustado | (2,3%) | 2,7% | | (2,9%) | 5,6% | |

a_ Posición de mercado

El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una cuota de mercado del 31% según los últimos datos disponibles de OJD (mayo 2014).

Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD mayo 2013

b_ Ingresos de explotación

El área de prensa redujo sus ingresos en un -3,0% en el primer semestre de 2014 hasta alcanzar los 132,4 millones de euros. Ello se debió a la debilidad mostrada por el mercado publicitario en prensa escrita como al descenso de la circulación que fueron compensados en parte por el crecimiento de la publicidad digital y de promociones.

Los ingresos publicitarios cayeron un -4,1% (País -7,4% y As +11,7%)

- Los ingresos de publicidad en papel disminuyeron un -10,8% lo cual compara con una caída del mercado del -5,5% en el mismo periodo.
- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +17,3% en el periodo y representaron el 28,9% del total de ingresos publicitarios recurrentes de la división (23,7% a junio de 2013).
- Destaca AS, donde el 53,8% de los ingresos de publicidad son ya del área digital

Los ingresos por circulación experimentaron una caída del -14,7%. En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD mayo 2014) es la siguiente:

| | Ene- Jun 2014 | Ene- Jun 2013 | Var. % |
|------------|------------------|------------------|---------|
| El País | 271.325 | 302.010 | (10,16) |
| AS | 151.014 | 156.449 | (3,47) |
| Cinco Días | 27.427 | 30.077 | (8,81) |

Fuente: OJD (Cifras a mayo 2014 no auditadas)

Disminuyó la difusión del **El País** en un -10,2%, **AS** cayó un -3,5% y la del **Cinco Días** un -8,8%.

El resto de ingresos de Prensa alcanzan 25,0 millones de euros en el primer semestre de 2014, lo cual supone un crecimiento de 7,6 millones (+44,1%). Estos ingresos se corresponden con promociones principalmente y su crecimiento se debe al éxito de algunas promociones que han tenido lugar este año como la colección de los Beatles, el smartphone o "Inglés Total" durante el primer semestre.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación se incrementan **en un +6,9% durante el semestre de 2014** aunque el incremento es principalmente debido a las indemnizaciones de restructuración de personal (11,5 millones de euros comparado con 2,6 millones en el primer semestre de 2013). **Excluyendo impactos no recurrentes, los gastos de explotación se habrían reducido en un -1,2%.**

El Capex de la unidad de prensa se mantiene bajo control, alcanzando 1,02 millones de euros en el primer semestre de 2014.

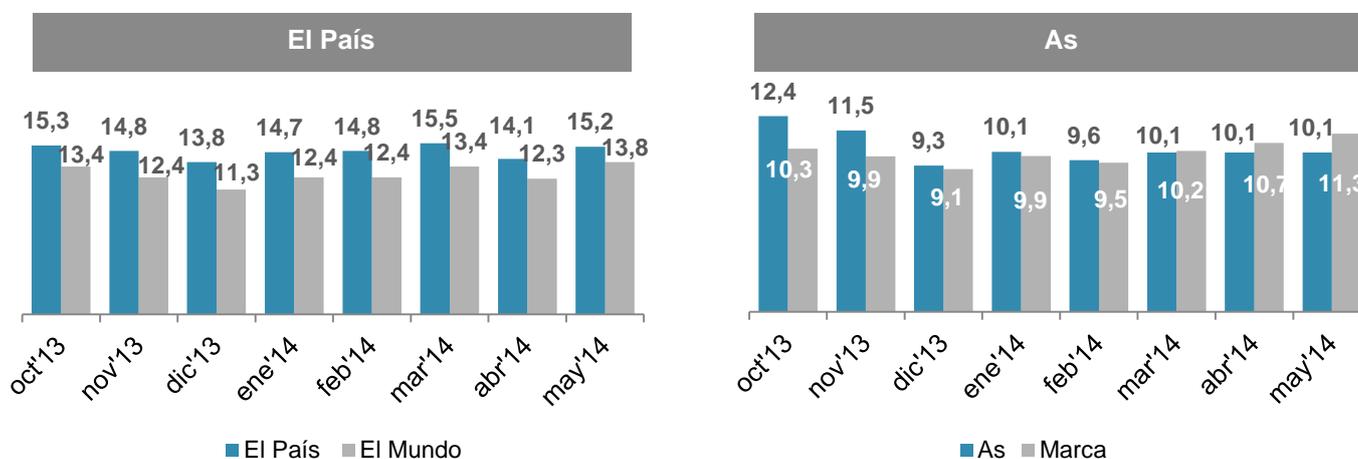
d_ EBITDA

El **EBITDA** del primer semestre de 2014 ha sido negativo en 4,2 millones de euros explicado fundamentalmente por las indemnizaciones llevadas a cabo. Excluyendo el impacto de extraordinarios, el EBITDA habría sido positivo en 7,3 millones de euros.

e_ Desarrollo Digital

- **Los ingresos de publicidad digital crecen un +17,3%** y representan ya un 28,9% de los ingresos publicitarios de la división.
- **Los navegadores únicos** de las páginas web del El País crecieron un 10%, alcanzando 39,8 millones de media (incluyendo Elpaís.com, Meristation, SModa y Clasificados). En las páginas de As.com, el crecimiento de navegadores únicos fue del 44% alcanzando 35.3 millones de media.
- **En términos de usuarios únicos**, según Comscore, en prensa generalista, El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 15,2 millones de usuarios a mayo de 2014. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca en mayo 2014, alcanzando 10,1 millones de usuarios únicos.

Audiencia digital (millones de usuarios únicos)



- Durante 2013 se llevó a cabo el lanzamiento de El País Brasil

6_ Media Capital

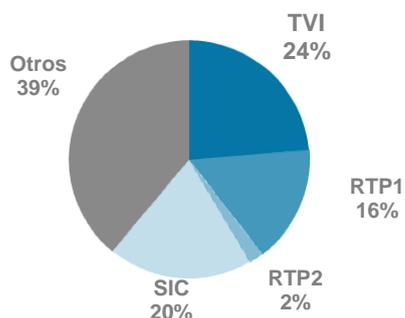
| MEDIA CAPITAL | ENERO - JUNIO | | | ABRIL - JUNIO | | |
|--|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Ingresos | 88,96 | 87,36 | 1,8% | 49,10 | 48,10 | 2,1% |
| Publicidad | 56,64 | 48,54 | 16,7% | 33,09 | 26,18 | 26,4% |
| Otros | 32,32 | 38,81 | (16,7%) | 16,01 | 21,92 | (27,0%) |
| Gastos de explotación | 70,64 | 70,63 | 0,0% | 36,15 | 34,54 | 4,7% |
| EBITDA | 18,31 | 16,73 | 9,5% | 12,94 | 13,56 | (4,6%) |
| <i>% margen</i> | 20,6% | 19,1% | | 26,4% | 28,2% | |
| EBIT | 13,81 | 11,69 | 18,2% | 10,76 | 11,12 | (3,2%) |
| <i>% margen</i> | 15,5% | 13,4% | | 21,9% | 23,1% | |
| Efectos extraordinarios en gastos | 1,06 | 0,94 | | 0,79 | 0,15 | |
| Indemnizaciones | 1,06 | 0,94 | | 0,79 | 0,15 | |
| EBITDA ajustado | 19,37 | 17,67 | 9,7% | 13,73 | 13,71 | 0,2% |
| <i>% margen ajustado</i> | 21,8% | 20,2% | | 28,0% | 28,5% | |
| EBIT ajustado | 14,87 | 12,63 | 17,8% | 11,55 | 11,27 | 2,5% |
| <i>% margen ajustado</i> | 16,7% | 14,5% | | 23,5% | 23,4% | |

a_ Posición de mercado

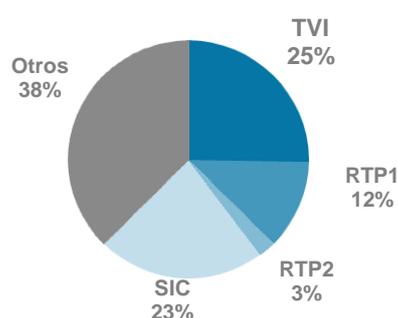
TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 24% y 26% respectivamente sobre el total de Televisión.

Media Capital

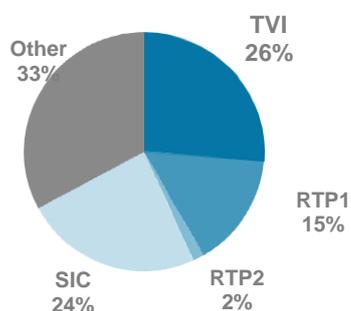
Enero -Junio 2014 (24hrs)



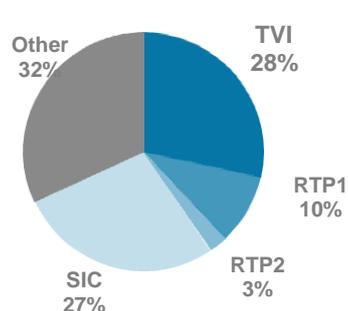
Enero - Junio 2013 (24hrs)



Enero - Junio 2014 (prime time)



Enero - Junio 2013 (prime time)



Fuente: Gfk Mayo 2014

La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital alcanza el 22,7%. Por cadenas:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 16,2%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 4,5% (4,0% a finales de 2013)
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3,4%

b_ Ingresos de explotación

Media Capital registró en el primer semestre de 2014 unos ingresos de 89,0 millones de euros (+1,8% con respecto al mismo periodo de 2013). Dichos ingresos se deben principalmente al crecimiento de los ingresos publicitarios en un +16,7% que compensa la caída de prestación de servicios y otros ingresos.

TVI, líder en televisión en abierto de Portugal alcanzó en el primer semestre de 2014 unos ingresos de 72,98 millones de euros, lo que supone un crecimiento del +4,1% respecto del mismo periodo de 2013. Este crecimiento se consigue gracias a:

- la mejora en los ingresos publicitarios que crecen un +17,4% en el periodo en comparación con el 13% del mercado publicitario de la TV en abierto en Portugal (según estimaciones internas)
- la mejora en venta de productos que crecen en un +15,8% en el periodo, y
- la menor prestación de otros servicios.

El negocio de Radio de Media Capital también muestra su enorme fortaleza con unos ingresos que crecen un +10,3%. Los ingresos publicitarios crecen un +9,1%, mientras que se recupera la inversión en los principales sectores del mercado de Radio en Portugal, que ha crecido un +11.9% en el periodo.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación ajustados se redujeron en un -0,1% en el primer semestre de 2014. Media Capital mantiene un capex de 1,3 millones de euros en el primer semestre de 2014.

d_ EBITDA

El anterior comportamiento lleva a un crecimiento del EBITDA ajustado, que se incrementa de 17,7 millones de euros en el primer semestre de 2013 a 19,4 millones de euros en el mismo periodo de 2014 (+9,7%).

e_ Desarrollo digital

- Los ingresos de publicidad digitales se incrementan en un 22,8% en el primer semestre de 2014 aunque aún tienen un peso limitado en la división.
- Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital decrecieron un -11%, alcanzando 5,3 millones de media a junio de 2014 (según los datos de Netscope).
- Durante 2014 se han lanzado los siguiente proyectos:
 - Desafío final: emisión online del *reality show* "Casa dos Segredos", disponible por suscripción
 - Blog cabaredigiucha.pt
 - Nueva página web de Lux
 - Nueva página web de MasterChef Portugal, con contenido online exclusivo

7_ De EBIT a Resultado Neto

| Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | ABRIL-JUNIO | | |
|---|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|-----------------|----------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| EBIT | 14,56 | 36,84 | (60,5) | 6,10 | 7,00 | (12,9) |
| <i>Margen EBIT</i> | <i>2,1%</i> | <i>5,0%</i> | | <i>1,7%</i> | <i>1,9%</i> | |
| Resultado Financiero | (50,91) | (73,47) | 30,7 | (5,55) | (35,89) | 84,5 |
| Gastos por intereses de financiación | (64,77) | (56,74) | (14,1) | (30,95) | (32,71) | 5,4 |
| Otros resultados financieros | 13,85 | (16,73) | 182,8 | 25,40 | (3,18) | - |
| Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones | (4,00) | 7,32 | (154,6) | (0,35) | 5,44 | (106,4) |
| Resultado antes de impuestos | (40,36) | (29,32) | (37,7) | 0,20 | (23,45) | 100,8 |
| Impuesto sobre sociedades | (23,40) | 1,09 | - | (33,62) | (0,11) | - |
| Resultado de operaciones en discontinuación | (2.104,80) | (233,08) | - | (2.083,24) | (227,21) | - |
| Resultado atribuido a socios externos | 5,43 | 89,51 | (93,9) | 1,10 | 91,38 | (98,8) |
| Resultado Neto | (2.163,13) | (171,79) | - | (2.115,56) | (159,39) | - |

a_ Resultado financiero:

Mejora en 22,6 millones de euros (+30,7%), incluyendo un incremento en “**Gastos por intereses de financiación**” (+14,1% o 8,03 millones de euros), y una reducción de “**Otros Gastos Financieros**” de 30,59 millones de euros principalmente por la plusvalía de la compra de deuda a descuento de 46 millones de euros que compensa los mayores gastos de formalización de los pasivos financieros con la banca acreedora y las diferencias de tipo de cambio.

b_ El resultado por puesta en equivalencia

Recoge fundamentalmente la estimación del 13,65% del resultado de Mediaset España y la minusvalía generada por la venta del 3,69%. Además, en el primer semestre de 2014, los resultados por puesta en equivalencia incluyen los de Radio México y Costa Rica que en 2013 estaban consolidados por integración proporcional.

c_ Impuesto de sociedades

En los primeros 6 meses del ejercicio no se ha llevado a cabo la activación de ningún crédito fiscal.

d_ El resultado de operaciones de discontinuación

Este epígrafe recoge el resultado derivado de la operación de formalización del contrato de compraventa del 56% de DTS. La transacción supone una pérdida contable en las cuentas consolidadas de 2.064 millones de euros (ver nota de operaciones de venta de activos).

e_ El resultado atribuido a socios externos

Se explica por la participación del 25% de DLJ en el accionariado de Santillana, y por los minoritarios del negocio de la Radio.

8 Posición Financiera

a_ Estado de flujos de efectivo

| € Millones | ENERO- JUNIO | | |
|--|-----------------|----------------|-----------------|
| | 30/06/2014 | 30/06/2013 | Var. |
| Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al inicio del ejercicio | 282,34 | 133,32 | 149,02 |
| EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones | 87,13 | 102,58 | (15,46) |
| Variación del circulante | (66,62) | (39,24) | (27,38) |
| Cash flow operativo (I) | 20,51 | 63,35 | (42,84) |
| Inversiones/desinversiones operativas (Capex) | (34,41) | (39,76) | 5,35 |
| Inversiones/desinversiones en inmovilizado financiero | 121,32 | (0,06) | 121,38 |
| Put Media Capital | 0,00 | (24,25) | 24,25 |
| Cash flow de inversión (II) | 86,91 | (64,07) | 150,97 |
| Ejercicio de warrants | 1,81 | 0,03 | 1,78 |
| Pago de intereses | (13,73) | (30,52) | 16,78 |
| Pago de dividendos | (2,96) | (3,15) | 0,19 |
| Otros cobros/pagos financieros | (5,13) | (12,22) | 7,09 |
| Cash flow de financiación excluyendo disposición/(amortización) de deuda | (20,02) | (45,85) | 25,84 |
| Disposición/ amortización de deuda con entidades de crédito | (89,71) | 98,44 | (188,15) |
| Cash flow de financiación (III) | (109,73) | 52,59 | (162,31) |
| Pago de impuestos | (22,94) | (38,16) | 15,22 |
| Impacto del tipo de cambio | (6,75) | (9,89) | 3,14 |
| Indemnizaciones | (16,87) | (13,16) | (3,71) |
| Efecto perímetro | (13,03) | 0,00 | (13,03) |
| Otros | (13,89) | (10,68) | (3,22) |
| Otros movimientos del cash flow (IV) | (73,48) | (71,89) | (1,59) |
| Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio (I)+(II)+(III)+(IV) | (75,79) | (20,02) | (55,77) |
| Cash flow operativo actividades interrumpidas | 5,15 | 82,09 | (76,94) |
| Cash flow de inversión actividades interrumpidas | (22,42) | (32,17) | 9,75 |
| Cash flow de financiación actividades interrumpidas | (6,18) | (4,45) | (1,73) |
| Disposición/ amortización de deuda con entidades de crédito ops interrumpidas | 35,14 | 13,03 | 22,12 |
| Otros movimientos del cash flow activ. interrumpidas | (18,99) | (2,23) | (16,76) |
| Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio actividades interrumpidas | (7,30) | 56,27 | (63,57) |
| Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al final del período | 199,26 | 169,57 | 29,69 |

Cash flow de inversión

- A continuación se resume el detalle del Capex por unidad de negocio:

| | Junio 2014 | Junio 2013 | Var. |
|-----------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Audiovisual (Media Capital) | (1,01) | (0,29) | (0,72) |
| Educación | (32,00) | (35,91) | 3,91 |
| Radio | (1,85) | (1,94) | 0,09 |
| Prensa | (1,02) | (0,80) | (0,22) |
| Otros | (0,07) | (0,97) | 0,90 |
| Capex (inversión) | (35,94) | (39,91) | 3,97 |
| Capex (desinversión) | 1,53 | 0,15 | 1,38 |
| Total | (34,41) | (39,76) | 5,35 |

- A junio de 2014 se incluye dentro del cash flow de inversión la venta del 3,69% de Mediaset (121mill de euros).
- En el ejercicio 2013 se recogía el pago derivado del ejercicio de la put sobre Media Capital, financiado en su totalidad con una mayor disposición de deuda con entidades de crédito.

Cash flow de financiación

- El cash flow de financiación refleja el menor pago de intereses en efectivo derivado del nuevo acuerdo de refinanciación.
- El detalle por unidad de negocio de la disposición/amortización de deuda con entidades de crédito es el siguiente:

| | Junio 2014 | Junio 2013 | Var. |
|-----------------------------|----------------|--------------|-----------------|
| Audiovisual (Media Capital) | 1,87 | 6,72 | (4,85) |
| Educación | 31,16 | 57,59 | (26,43) |
| Radio | (1,92) | 4,66 | (6,58) |
| Prensa | (0,39) | 0,03 | (0,41) |
| Otros | (120,43) | 29,44 | (149,87) |
| Total | (89,71) | 98,44 | (188,15) |

- El epígrafe de "otros" refleja en 2014 la amortización deuda subordinada con los fondos procedentes de la venta del 3,69% de Mediaset (pago de 119,40 mill de euros para cancelar 164,96 mill de euros de deuda). En 2013 se incluía la mayor deuda destinada a financiar la put de Media Capital.

Otros movimientos del cash flow

- Efecto perímetro:** se debe a
 - La integración de Radio México por puesta en equivalencia (por integración proporcional en diciembre de 2013), de conformidad con la normativa contable internacional (-5,2 mill de euros).
 - El impacto por la venta del negocio de Ediciones Generales en España (por la parte de la salida de la caja que el negocio aportaba con anterioridad a la venta; el cobro de la operación se produce en el mes de julio de 2014) y la reclasificación de la caja de Educación- Generales Brasil a "Activos mantenidos para la venta" (-7,8 mill de euros).

Variación en los flujos de tesorería del ejercicio de operaciones interrumpidas

- Como consecuencia del acuerdo para la venta del 56% de DTS a Telefónica de Contenidos, S.A.U, la generación de caja del negocio se presenta en el cash flow consolidado en la línea de “Variaciones de los flujos de tesorería en el ejercicio de actividades interrumpidas”. Los datos de 2013 se presentan de la misma manera a efectos comparativos.
- Dentro del epígrafe de “otros” se refleja la reclasificación a “activos no corrientes mantenidos para la venta” de la caja e IFT de DTS a junio de 2014.

Posición financiera neta

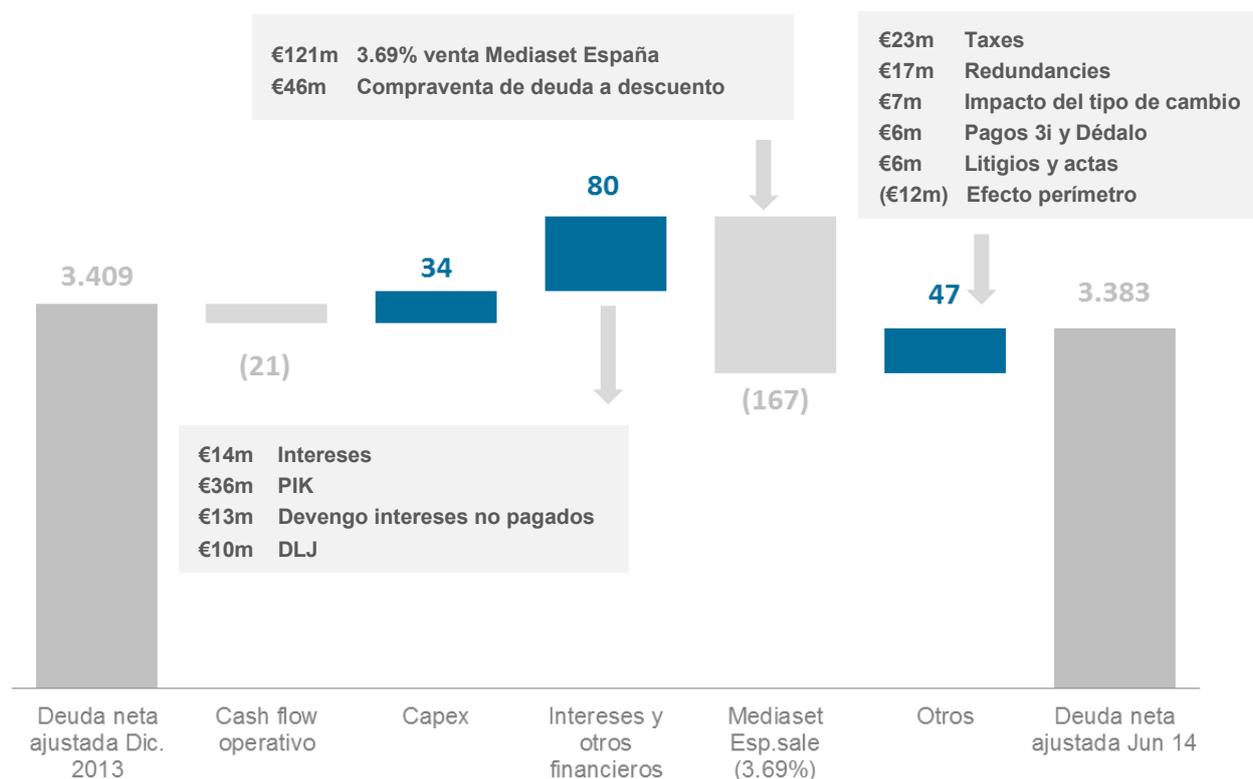
| | 30/06/2014 | 31/12/2013 |
|---|-----------------|-----------------|
| Deuda con entidades de crédito | 3.305,00 | 3.401,08 |
| Efectivo y otros medios líquidos equivalentes+Inversiones financieras corrientes | (199,26) | (282,34) |
| Deuda neta bancaria | 3.105,73 | 3.118,74 |
| Otra deuda financiera | 119,40 | 108,67 |
| Dividendo preferente DLJ | 114,55 | 104,06 |
| Cupón bono convertible | 4,60 | 4,36 |
| Otros | 0,24 | 0,24 |
| Deuda neta total | 3.225,13 | 3.227,41 |
| Gastos de formalización | 158,06 | 182,02 |
| Deuda neta total ajustada | 3.383,19 | 3.409,43 |

En el epígrafe de “Otra deuda financiera” se incluye:

- La obligación de pago de un dividendo preferente a DLJ por su participación del 25% en Santillana, y
- El valor actual del cupón garantizado a Telefónica por la emisión de bonos convertibles realizada en julio 2012, con vencimiento en julio de 2014, ya que en el marco del proceso de refinanciación el Grupo acordó capitalizar el cupón de los acreedores bancarios que suscribieron el bono.

Los “Gastos de formalización” de la deuda financiera (que incluyen la emisión de warrants 2013 como pago de la comisión de la nueva línea de liquidez) se presentan en el balance de situación minorando la deuda con entidades de crédito. Dichos gastos se imputarán a la cuenta de resultados en un plazo similar al del vencimiento de la deuda asociada.

La evolución de la deuda neta total ajustada de **Grupo** (excluyendo el impacto de los gastos de formalización) es la siguiente:



- El epígrafe de “Intereses y otros financieros” incluye, además del pago de intereses:
 - El coste fijo capitalizable (PIK) asociado a parte de la deuda refinanciada, por importe de 36,04 millones de euros.
 - Los intereses devengados en el período no pagados, por importe de 13,13 millones de euros, al estipularse en el contrato de refinanciación un período de pago de intereses semestral/ anual, en función del tramo refinanciado.
 - La variación en el valor del pasivo registrado por la obligación del pago del dividendo preferente a DLJ, por importe de 10,48 millones de euros.
- La venta del 3.69% de Mediaset ha supuesto una entrada de fondos de 121,21 millones de euros que se han destinado a la recompra a descuento de deuda por un total de 164,96 millones de euros, de lo que se deriva un ingreso financiero por la diferencia.
- Dentro del epígrafe de “otros” se recoge un efecto perímetro consecuencia de la integración de Radiópolis por puesta en equivalencia, la venta de Ediciones Generales, y la clasificación a activos y pasivos mantenidos para la venta del negocio de generales en Brasil y de DTS.

9 Operaciones de Venta de Activos

a Operación Mediaset España

En abril de 2014, , a través de una entidad financiera procedió a la colocación de un paquete de 15 millones de acciones de Mediaset España, representativas del 3,69% del capital social de dicha compañía, a un precio de 8,08 euros por acción, lo que generó una entrada de efectivo de 121.215 miles de euros, dando lugar a una diferencia negativa con el valor en libros de 4.755 miles de euros, que se encuentra registrada en el epígrafe “Resultado puesta en equivalencia” en la cuenta de resultados consolidada.

El importe neto obtenido con esta venta fue destinado a la recompra a descuento de deuda financiera, todo ello mediante un proceso de subasta inversa, habiendo acordado la recompra de un total de 164.959 miles de euros de deuda, con un descuento medio de 0,2762 euros por euro (esto es, a un precio del 72,38%).

Tras esta colocación, continúa manteniendo una participación de 55.534.898 acciones de Mediaset España, representativas de un 13,65% del capital social de esta sociedad y sigue manteniendo una influencia significativa en la sociedad, dada su representación en el Consejo de Administración.

b Operación Venta de DTS

En junio de 2014, el Consejo de Administración de formalizó con Telefónica de Contenidos, S.A.U. el contrato de compraventa de la totalidad de las acciones de DTS de las que es titular, representativas del 56% del capital de la sociedad, por un importe de 750 millones de euros, el cual está sujeto a ajustes habituales en este tipo de operaciones hasta que se cierre la transacción.

Mediaset España, accionista de DTS, contó con un plazo inicial de 15 días naturales a partir de ese momento, ampliado después hasta el 4 de julio de 2014, para ejercitar el derecho de adquisición preferente y el derecho de acompañamiento de conformidad con lo establecido en los estatutos sociales y en el acuerdo entre accionistas de DTS. Transcurrido el plazo, Mediaset España no ejerció ninguno de los derechos citados anteriormente.

La ejecución de la operación está condicionada a la no oposición a la compraventa por parte de un panel representativo de los bancos financiadores de y a la preceptiva autorización de las autoridades de la competencia. Con fecha 20 de junio de 2014, se comunicó a la no objeción a la operación por parte del panel representativo de sus bancos financiadores.

Esta transacción, deducidos los costes necesarios para llevar a cabo la venta, supone una pérdida contable en las cuentas consolidadas del Grupo de 2.064.921 miles de euros y, en las cuentas individuales de de 750.383 miles de euros, lo que pone a la compañía en situación de desequilibrio patrimonial. El acuerdo de refinanciación de prevé un mecanismo de conversión automática de una parte del Tramo 3 de la deuda de la compañía en préstamos participativos en una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial

Los resultados de esta transacción se presentan en la cuenta de resultados consolidada como “Resultado de operaciones en discontinuación” y los activos y pasivos de este negocio como “Activos no corrientes mantenidos para la venta” y “Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta” en el balance de situación consolidado.

c Operación venta de ediciones Generales

El 1 de julio de 2014, , a través de su filial Santillana Ediciones Generales, S.L., ha ejecutado la venta de su negocio de ediciones generales por un precio de 55.429 miles de euros a Penguin Random House Grupo Editorial, S.A. Esta transacción se ha registrado contablemente a 30 de junio de 2014, al haberse tramitado todos los riesgos y beneficios asociados a la misma y supone una plusvalía antes de impuestos de 23.585 miles de euros, que se encuentra registrado como “Otros Ingresos” de la cuenta de resultados consolidada.

La operación consiste en la venta de Alfaguara y otros sellos editoriales de Santillana en los 22 países en los que tiene presencia. Queda excluida de la venta el segmento de obras editoriales dirigidas al canal escolar. Asimismo queda aplazada la venta del negocio de generales en Brasil, es decir la sociedad Editora Objetiva, Ltda, hasta que se cumplan las condiciones específicas establecidas en el contrato, habiéndose valorado la compañía a su valor razonable corregido por los costes estimados de la venta y registrando un deterioro del fondo de comercio asignado a esta sociedad por importe de 6.791 miles de euros en el epígrafe “**Pérdidas de valor del fondo de comercio**” de la cuenta de resultados consolidada. Los activos y pasivos vinculados con esta compañía se presentan en el balance de situación resumido consolidado adjunto como “**Activos no corriente mantenido para la venta**” y “**Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenido para la venta**”

Anexos

- 1_ Balance de situación**

- 2_ Datos financieros acumulados por unidad de negocio**
 - a_ Desglose de ingresos de explotación.
 - b_ Desglose de ingresos publicitarios.
 - c_ Desglose de gastos de explotación.
 - d_ Desglose de EBITDA.
 - e_ Desglose de EBIT

- 3_ Datos financieros acumulados por concepto**
 - a_ Ingresos de explotación.
 - b_ Gastos de explotación

- 4_ Otros hechos significativos**

- 5_ Estructura del Grupo**

- 6_ Conciliación entre EBITDA y EBIT**

- 7_ Canal+**

1_Balance de Situación

| Millones de euros | ACTIVO | |
|--|-----------------|-----------------|
| | 30/06/2014 | 31/12/2013 |
| ACTIVO NO CORRIENTE | 1.958,64 | 4.929,07 |
| Inmovilizado material | 161,18 | 262,09 |
| Fondo de comercio | 603,95 | 2.482,22 |
| Inmovilizado inmaterial | 154,89 | 285,48 |
| Inversiones financieras no corrientes | 43,51 | 52,79 |
| Sociedades puestas en equivalencia | 513,07 | 597,26 |
| Activos por impuestos diferidos | 478,02 | 1.244,01 |
| Otros activos no corrientes | 4,01 | 5,22 |
| ACTIVOS CORRIENTES | 1.287,17 | 1.774,80 |
| Existencias | 170,07 | 240,25 |
| Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 917,85 | 1.252,21 |
| Inversiones financieras corrientes | 138,01 | 142,91 |
| Efectivo y otros medios líquidos equivalentes | 61,25 | 139,43 |
| ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA | 1.255,38 | 0,06 |
| TOTAL ACTIVO | 4.501,21 | 6.703,93 |
| Millones de euros | PASIVO | |
| | 30/06/2014 | 31/12/2013 |
| PATRIMONIO NETO | -569,90 | 1.569,33 |
| Capital suscrito | 141,23 | 105,27 |
| Reservas | 1.508,94 | 2.149,98 |
| Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante | (2.163,13) | (648,70) |
| Socios Externos | -56,94 | -37,22 |
| PASIVOS NO CORRIENTES | 3.364,70 | 3.524,74 |
| Deudas con entidades de crédito | 3.084,55 | 3.238,86 |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 106,98 | 106,81 |
| Pasivos por impuestos diferidos | 22,24 | 29,65 |
| Provisiones | 103,13 | 95,22 |
| Otros pasivos no corrientes | 47,80 | 54,20 |
| PASIVOS CORRIENTES | 1.061,36 | 1.609,86 |
| Deudas con entidades de crédito | 220,45 | 162,23 |
| Otros pasivos financieros corrientes | 14,32 | 46,18 |
| Acreedores comerciales | 638,94 | 1.092,92 |
| Otras deudas corrientes | 165,76 | 233,28 |
| Ajustes por periodificación | 21,89 | 75,26 |
| PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA | 645,05 | 0,00 |
| TOTAL PASIVO | 4.501,21 | 6.703,93 |

Los Activos y Pasivos mantenidos para la venta incluyen la reclasificación de los activos y pasivos de Ediciones Generales y Canal +.

2_ Datos Financieros Acumulados por Unidad de Negocio

a_ Desglose de ingresos de explotación

| INGRESOS DE EXPLOTACIÓN | ENERO - JUNIO | | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|---|---------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Millones de euros | | | | | | | | | | |
| Media Capital | 88,96 | 87,36 | 1,8% | 12,9% | 11,8% | 49,10 | 48,10 | 2,1% | | |
| Educación - Editorial | 324,42 | 350,36 | (7,4%) | 47,2% | 47,3% | 153,49 | 150,01 | 2,3% | 22,3% | 20,2% |
| España y Portugal | 68,69 | 60,48 | 13,6% | | | 62,20 | 55,16 | 12,8% | | |
| Latam y USA | 255,73 | 289,88 | (11,8%) | | | 91,29 | 94,85 | (3,8%) | | |
| Radio | 143,89 | 155,34 | (7,4%) | 20,9% | 21,0% | 82,06 | 85,83 | (4,4%) | 11,9% | 11,6% |
| Radio España | 82,87 | 81,61 | 1,5% | | | 46,81 | 45,22 | 3,5% | | |
| Radio Internacional | 56,70 | 67,32 | (15,8%) | | | 32,76 | 37,83 | (13,4%) | | |
| Música | 7,05 | 7,98 | (11,6%) | | | 3,98 | 4,20 | (5,4%) | | |
| Ajustes de consolidación | (2,73) | (1,56) | (74,4%) | | | (1,49) | (1,42) | (4,4%) | | |
| Prensa | 132,40 | 136,50 | (3,0%) | 19,2% | 18,4% | 66,61 | 69,82 | (4,6%) | 9,7% | 9,4% |
| El País | 92,98 | 93,00 | (0,0%) | | | 45,33 | 47,88 | (5,3%) | | |
| AS | 28,39 | 28,12 | 1,0% | | | 15,14 | 13,90 | 8,9% | | |
| Cinco Días | 6,06 | 6,45 | (6,0%) | | | 3,30 | 3,34 | (1,1%) | | |
| Revistas | 5,69 | 9,71 | (41,4%) | | | 3,32 | 5,07 | (34,6%) | | |
| Impresión* | 5,09 | 5,42 | (6,1%) | | | 2,60 | 2,65 | (1,8%) | | |
| Distribución** | n.a. | n.a. | n.a. | | | n.a. | n.a. | n.a. | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (5,80) | (6,20) | 6,4% | | | (3,09) | (3,02) | (2,2%) | | |
| Otros y ajustes de consolidación | (1,67) | 11,33 | (114,7%) | (0,2%) | 1,5% | (0,75) | 6,24 | (112,0%) | (0,1%) | 0,8% |
| Prisa Brand Solutions | 9,59 | 10,04 | (4,5%) | | | 4,80 | 5,03 | (4,6%) | | |
| Otros*** | (11,26) | 1,29 | --- | | | (5,55) | 1,21 | --- | | |
| TOTAL | 688,00 | 740,88 | (7,1%) | 100,0% | 100,0% | 350,50 | 360,00 | (2,6%) | 50,9% | 100,0% |

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013. En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

b_ Desglose de ingresos publicitarios

| PUBLICIDAD | ENERO - JUNIO | | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|---|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Millones de euros | | | | | | | | | | |
| Media Capital | 56,64 | 48,54 | 16,7% | 23,8% | 20,0% | 33,09 | 26,18 | 26,4% | | |
| Radio** | 132,17 | 141,70 | (6,7%) | 55,5% | 58,4% | 75,49 | 78,46 | (3,8%) | 31,7% | 32,3% |
| Radio España | 77,49 | 76,80 | 0,9% | | | 44,04 | 42,37 | 3,9% | | |
| Radio Internacional | 54,56 | 64,86 | (15,9%) | | | 31,40 | 36,04 | (12,9%) | | |
| Música | 0,14 | 0,09 | 50,0% | | | 0,07 | 0,05 | 56,5% | | |
| Ajustes de consolidación | (0,02) | (0,05) | 60,0% | | | (0,02) | (0,00) | --- | | |
| Prensa | 51,75 | 53,96 | (4,1%) | 21,8% | 22,2% | 29,88 | 29,48 | 1,4% | 12,6% | 12,1% |
| El País | 35,78 | 38,28 | (6,5%) | | | 20,21 | 21,02 | (3,9%) | | |
| AS | 9,30 | 8,33 | 11,7% | | | 5,66 | 4,50 | 25,8% | | |
| Cinco Días | 3,41 | 3,70 | (7,8%) | | | 2,11 | 1,99 | 6,0% | | |
| Revistas | 2,85 | 3,49 | (18,4%) | | | 1,65 | 1,87 | (11,8%) | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | 0,41 | 0,16 | 152,2% | | | 0,25 | 0,10 | 160,2% | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (2,62) | (1,55) | (69,7%) | (1,1%) | (0,6%) | (1,41) | (1,25) | (13,1%) | (0,6%) | (0,5%) |
| TOTAL | 237,94 | 242,66 | (1,9%) | 100,0% | 100,0% | 137,05 | 132,87 | 3,1% | 57,6% | 54,8% |

*En los ingresos de publicidad de Radio tiene lugar la reclasificación de ingresos correspondientes a publicidad de eventos que anteriormente estaba incluida dentro de Otros Ingresos.

c_ Desglose de gastos de explotación

Los gastos de explotación incluyen únicamente los gastos operativos (OPEX) sin incluir amortizaciones y provisiones.

| GASTOS DE EXPLOTACIÓN Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|--|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Media Capital | 70,64 | 70,63 | 0,0% | | | 36,15 | 34,54 | 4,7% | 12,1% | 10,9% |
| Educación - Editorial | 255,01 | 278,18 | (8,3%) | 42,5% | 43,7% | 129,76 | 139,85 | (7,2%) | 43,3% | 44,1% |
| España y Portugal | 60,21 | 58,58 | 2,8% | | | 35,96 | 34,83 | 3,3% | | |
| Latam y USA | 194,79 | 219,60 | (11,3%) | | | 93,80 | 105,02 | (10,7%) | | |
| Radio | 123,22 | 136,36 | (9,6%) | 20,5% | 21,4% | 63,75 | 69,30 | (8,0%) | 21,3% | 21,9% |
| Radio España | 77,89 | 81,51 | (4,4%) | | | 40,40 | 41,69 | (3,1%) | | |
| Radio Internacional | 40,99 | 49,15 | (16,6%) | | | 21,29 | 25,73 | (17,2%) | | |
| Música | 7,07 | 7,27 | (2,8%) | | | 3,54 | 3,31 | 7,1% | | |
| Ajustes de consolidación | (2,73) | (1,57) | (74,1%) | | | (1,49) | (1,43) | (4,2%) | | |
| Prensa | 136,57 | 127,74 | 6,9% | 22,8% | 20,1% | 64,80 | 63,21 | 2,5% | 21,6% | 19,9% |
| El País | 101,83 | 88,36 | 15,3% | | | 46,66 | 44,11 | 5,8% | | |
| AS | 25,04 | 24,88 | 0,7% | | | 13,06 | 13,06 | (6,1%) | | |
| Cinco Días | 6,10 | 6,01 | 1,6% | | | 3,11 | 2,92 | 6,5% | | |
| Revistas | 5,72 | 10,68 | (46,4%) | | | 3,12 | 5,07 | (38,4%) | | |
| Impresión* | 3,25 | 3,81 | --- | | | 1,71 | 1,84 | --- | | |
| Distribución** | n.a. | n.a. | n.a. | | | n.a. | n.a. | n.a. | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (5,38) | (5,99) | 10,3% | | | (2,85) | (4,62) | 38,4% | | |
| Otros Gastos | 14,20 | 23,00 | (38,3%) | 2,4% | 3,6% | 5,31 | 10,01 | (46,9%) | 1,8% | 3,2% |
| Prisa Brand Solutions | 9,04 | 9,41 | (3,9%) | | | 4,51 | 4,72 | (4,5%) | | |
| Otros*** | 5,16 | 13,59 | (62,0%) | | | 15,56 | 20,28 | (23,3%) | | |
| TOTAL | 599,63 | 635,90 | (5,7%) | 100,0% | 100,0% | 299,77 | 316,91 | (5,4%) | 100,0% | 100,0% |

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

d_ Desglose de EBITDA

| EBITDA Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | MARGEN | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|---|---------------|----------------|-----------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Media Capital | 18,31 | 16,73 | 9,5% | 20,6% | 19,1% | 20,7% | 15,9% | 12,94 | 13,56 | (4,6%) | 25,5% | 31,5% |
| Educación - Editorial | 69,42 | 72,18 | (3,8%) | 21,4% | 20,6% | 78,6% | 68,8% | 23,73 | 10,17 | 133,4% | 46,8% | 23,6% |
| España y Portugal | 8,48 | 1,90 | --- | 12,3% | 3,1% | | | 26,24 | 20,33 | 29,1% | | |
| Latam y USA | 60,94 | 70,28 | (13,3%) | 23,8% | 24,2% | | | (2,5) | (10,2) | 75,3% | | |
| Radio | 20,68 | 18,98 | 8,9% | 14,4% | 12,2% | 23,4% | 18,1% | 18,32 | 16,53 | 10,8% | 36,1% | 38,4% |
| Radio España | 4,980 | 0,10 | --- | 6,0% | 0,1% | | | 6,411 | 3,528 | 81,7% | | |
| Radio Internacional | 15,71 | 18,17 | (13,5%) | 27,7% | 27,0% | | | 11,47 | 12,10 | (5,2%) | | |
| Música | (0,01) | 0,71 | (102,0%) | (0,2%) | 8,9% | | | 0,434 | 0,895 | (51,5%) | | |
| Prensa | (4,17) | 8,76 | (147,6%) | (3,2%) | 6,4% | (4,7%) | 8,3% | 1,80 | 6,60 | (72,7%) | 3,6% | 15,3% |
| El País | (8,86) | 4,65 | --- | (9,5%) | 5,0% | | | (1,33) | 3,769 | (135,3%) | | |
| AS | 3,35 | 3,24 | 3,3% | 11,8% | 11,5% | | | 2,08 | 1,67 | 24,6% | | |
| Cinco Días | (0,05) | 0,44 | (110,8%) | (0,8%) | 6,8% | | | 0,193 | 0,419 | (53,9%) | | |
| Revistas | (0,04) | (0,97) | 96,4% | (0,6%) | (10,0%) | | | 0,198 | 0,004 | --- | | |
| Impresión* | 1,85 | 1,61 | 14,5% | 36,3% | 29,7% | | | 0,90 | 0,81 | 10,9% | | |
| Distribución** | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | | | n.a. | n.a. | n.a. | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (0,43) | (0,20) | 7,3% | 7,3% | 3,3% | | | (0,24) | (0,07) | | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (15,9) | (11,67) | (36,0%) | 949,6% | (103,0%) | (18,0%) | (11,1%) | (6,1) | (3,8) | (61,0%) | (12,0%) | (8,7%) |
| Prisa Brand Solutions | 0,55 | 0,63 | (13,2%) | 5,7% | 6,3% | | | 0,29 | 0,31 | (6,2%) | | |
| Otros*** | (16,4) | (12,30) | (33,5%) | 145,8% | (953,4%) | | | (6,4) | (4,1) | (55,9%) | | |
| TOTAL | 88,37 | 104,97 | (15,8%) | 12,8% | 14,2% | 100,0% | 100,0% | 50,73 | 43,09 | 17,7% | 100,0% | 100,0% |

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

e_ Desglose de EBIT

| EBIT Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | MARGEN | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Media Capital | 13,81 | 11,69 | 18,2% | 15,5% | 13,4% | 94,9% | 31,7% | 10,76 | 11,12 | (3,2%) | 176,5% | 159,0% |
| Educación - Editorial | 27,03 | 33,53 | (19,4%) | 8,3% | 9,6% | 185,7% | 91,0% | (1,4) | (11,5) | 87,4% | (23,7%) | (164,0%) |
| España y Portugal | (3,37) | (5,24) | 35,7% | (4,9%) | (8,7%) | | | 19,671 | 15,228 | 29,2% | | |
| Latam y USA | 30,394 | 38,763 | (21,6%) | 11,9% | 13,4% | | | (48,15) | (26,70) | (80,3%) | | |
| Radio | 13,29 | 9,66 | 37,6% | 9,2% | 6,2% | 91,3% | 26,2% | 14,23 | 11,99 | 18,7% | 233,3% | 171,4% |
| Radio España | 0,58 | (5,58) | 110,4% | 0,7% | (6,8%) | | | 4,273 | 0,842 | --- | | |
| Radio Internacional | 12,97 | 14,66 | (11,5%) | 22,9% | 21,8% | | | 9,68 | 10,32 | (6,2%) | | |
| Música | (0,26) | 0,57 | (145,6%) | (3,7%) | 7,2% | | | 0,275 | 0,829 | (66,8%) | | |
| Prensa | (14,45) | 1,16 | --- | (10,9%) | 0,9% | (99,3%) | 3,2% | (4,68) | 2,38 | --- | (76,7%) | 34,0% |
| El País | (15,92) | (0,1) | --- | (17,1%) | (0,1%) | | | (6,00) | 1,218 | | | |
| AS | 2,66 | 2,59 | 2,6% | 9,4% | 9,2% | | | 1,78 | 1,31 | 35,8% | | |
| Cinco Días | (0,09) | 0,12 | (176,0%) | (1,5%) | 1,9% | | | 0,244 | 0,139 | 75,5% | | |
| Revistas | (0,73) | (1,10) | 34,2% | (12,8%) | (11,3%) | | | (0,39) | (0,09) | --- | | |
| Impresión* | 0,15 | (0,1) | --- | 3,0% | (2,2%) | | | (0,0) | (0,1) | 92,0% | | |
| Distribución** | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | n.a. | | | n.a. | n.a. | n.a. | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (0,53) | (0,28) | 9,2% | 9,2% | 4,5% | | | (0,30) | (0,11) | | | |
| Otros y Ajustes de consolidación | (25,12) | (19,19) | (30,9%) | 1503,3% | (169,4%) | (172,6%) | (52,1%) | (12,8) | (7,0) | (82,0%) | (209,4%) | (100,3%) |
| Prisa Brand Solutions | 0,00 | 0,13 | (100,0%) | 0,0% | 1,3% | | | 0,00 | (0,1) | 100,0% | | |
| Otros*** | (25,12) | (19,32) | (30,0%) | 223,2% | (1497,7%) | | | (12,8) | (6,9) | (84,9%) | | |
| TOTAL | 14,56 | 36,84 | (60,5%) | 2,1% | 5,0% | 100,0% | 100,0% | 6,10 | 7,00 | (12,8%) | 100,0% | 100,0% |

* Impresión se consolida por integración global desde el mes de abril de 2012. Desde enero de 2013 se incluye en la división de Prensa

** Distribución se clasifica como Operación en Discontinuación en la división de Prensa desde enero de 2013 En septiembre 2013 se procede a la venta de la división.

*** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

3_ DATOS FINANCIEROS ACUMULADOS POR CONCEPTO

a_ Ingresos de explotación

| Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|--|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Total ingresos de explotación | 688,00 | 740,88 | (7,1) | 100,0% | 100,0% | 350,50 | 360,00 | (2,6) | 50,9% | 48,6% |
| Publicidad | 237,94 | 242,66 | (1,9) | 34,6% | 32,8% | 137,05 | 132,87 | 3,1 | 19,9% | 17,9% |
| Libros y formación | 294,08 | 342,95 | (14,3) | 42,7% | 46,3% | 126,58 | 145,94 | (13,3) | 18,4% | 19,7% |
| Periódicos y revistas | 54,34 | 63,31 | (14,2) | 7,9% | 8,5% | 26,76 | 30,82 | (13,2) | 3,9% | 4,2% |
| Ingresos de abonados | 0,00 | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,00 | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% |
| Ingresos de abonados otros operadores | 0,20 | 0,18 | 10,2 | 0,0% | 0,0% | 0,10 | 0,07 | 42,3 | 0,0% | 0,0% |
| Producción audiovisual | 10,90 | 11,45 | (4,8) | 1,6% | 1,5% | 5,38 | 6,28 | (14,4) | 0,8% | 0,8% |
| Otros ingresos | 90,55 | 80,34 | 12,7 | 13,2% | 10,8% | 54,64 | 44,02 | 24,1 | 7,9% | 5,9% |
| Efectos extraordinarios en ingresos | 52,24 | 44,85 | 16,5 | | | 38,09 | 24,46 | 55,7 | | |
| Ajuste patrocinios publicidad | 1,47 | 0,00 | - | | | 1,02 | 0,00 | - | | |
| Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica | (9,64) | 0,00 | - | | | (5,65) | 0,00 | - | | |
| Trade Publishing | 60,41 | 44,85 | | | | 42,72 | 24,46 | | | |
| Total ingresos de explotación ajustados | 635,76 | 696,02 | (8,7) | | | 312,42 | 335,54 | (6,9) | | |

b_ Gastos de explotación

| Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | % DEL TOTAL | | ABRIL - JUNIO | | | % DEL TOTAL | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 |
| Total gastos de explotación | 599,63 | 635,90 | (5,70) | 100,0% | 100,0% | 299,77 | 316,91 | (5,4) | 50,0% | 49,8% |
| Compras y consumos | 114,25 | 135,12 | (15,4) | 19,1% | 21,2% | 53,01 | 64,11 | (17,3) | 8,8% | 10,1% |
| Servicios exteriores | 264,19 | 274,23 | (3,7) | 44,1% | 43,1% | 137,24 | 140,67 | (2,4) | 22,9% | 22,1% |
| Gastos de personal | 221,09 | 226,45 | (2,4) | 36,9% | 35,6% | 109,46 | 112,04 | (2,3) | 18,3% | 17,6% |
| Otros gastos de explotación | 0,10 | 0,10 | (5,9) | 0,0% | 0,0% | 0,07 | 0,09 | (28,0) | 0,0% | 0,0% |
| Efectos extraordinarios en gastos | 60,65 | 39,37 | | | | 29,99 | 19,88 | | | |
| Indemnizaciones | 29,67 | 7,24 | | | | 16,55 | 3,29 | | | |
| Ajuste patrocinios publicidad | 1,47 | 0,00 | | | | 1,02 | 0,00 | | | |
| Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica | (6,10) | 0,00 | | | | (3,53) | 0,00 | | | |
| Complemento jubilación no recurrente | 6,00 | 0,00 | | | | 0,00 | 0,00 | | | |
| Ediciones Generales | 29,6100 | 32,12 | | | | 15,95 | 16,59 | | | |
| Total gastos de explotación ajustados | 538,98 | 596,54 | (9,6) | 100,0% | 100,0% | 269,78 | 297,03 | (9,2) | 50,1% | 49,8% |
| Compras y consumos | 105,16 | 124,79 | (15,7) | 19,5% | 20,9% | 48,34 | 58,74 | (17,7) | 9,0% | 9,8% |
| Servicios exteriores | 245,28 | 257,66 | (4,8) | 45,5% | 43,2% | 130,45 | 132,00 | (1,2) | 24,2% | 22,1% |
| Gastos de personal | 188,44 | 213,99 | (11,9) | 35,0% | 35,9% | 90,93 | 106,20 | (14,4) | 16,9% | 17,8% |
| Otros gastos de explotación | 0,10 | 0,10 | (5,9) | 0,0% | 0,0% | 0,07 | 0,09 | (28,0) | 0,0% | 0,0% |

c_ Gastos por origen geográfico (ajustados por extraordinarios):

| Millones de euros | ENERO - JUNIO | | | ABRIL - JUNIO | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Compras y consumos | 105,16 | 124,79 | (15,7) | 48,34 | 58,74 | (17,7) |
| España | 39,15 | 41,00 | (4,5) | 21,59 | 23,80 | (9,3) |
| Internacional | 66,01 | 83,79 | (21,2) | 26,74 | 34,94 | (23,5) |
| Servicios exteriores | 245,28 | 257,66 | (4,8) | 130,45 | 131,99 | (1,2) |
| España | 110,13 | 112,30 | (1,9) | 60,28 | 55,38 | 8,8 |
| Internacional | 135,15 | 145,37 | (7,0) | 70,18 | 76,61 | (8,4) |
| Gastos de personal | 188,44 | 213,99 | (11,9) | 90,93 | 106,20 | (14,4) |
| España | 98,25 | 118,93 | (17,4) | 45,17 | 58,46 | (22,7) |
| Internacional | 90,19 | 95,06 | (5,1) | 45,75 | 47,74 | (4,2) |
| Otros gastos de explotación | 0,10 | 0,10 | (5,9) | 0,07 | 0,09 | (28,0) |
| Total gastos de explotación ajustados | 538,98 | 596,54 | (9,6) | 269,78 | 297,03 | (9,2) |
| España | 247,63 | 272,32 | (9,1) | 127,11 | 137,74 | (7,7) |
| Internacional | 291,35 | 324,21 | (10,1) | 142,67 | 159,29 | (10,4) |

Excluyendo extraordinarios

4_ Otros Hechos Significativos

- 1) Durante el primer trimestre de 2014, como consecuencia de la ejecución parcial de la ampliación de capital dineraria, amplía capital en 99 acciones ordinarias de clase A, lo que se corresponde con las ventanas trigésimo séptima a trigésimo novena de ejercicio de los warrants de (ejercicio de 99 warrants a un precio de 2 euros por acción).

Adicionalmente, durante el primer trimestre de 2014 se ha ejercitado el derecho de conversión de titulares de un total de 0 acciones clase B en igual número de acciones Clase A.

- 2) El 21 de febrero de 2014, formalizó en escritura pública la ejecución de la ampliación de capital correspondiente a los Warrants 2013 ejercitados por determinados Inversores Institucionales durante el mes de enero. El número total de Warrants que se han ejercido ha sido de 176.839.103 dando lugar a la suscripción de 176.839.103 acciones ordinarias Clase A de nueva emisión.

Tras esta ampliación de capital, el capital social de es de 122.949.967,40 €, representado por:

(a) 917.498.618 acciones ordinarias, Clase A, de 0,10€ de valor nominal cada una

(b) 312.001.056 acciones sin voto convertibles, Clase B, de 0,10€ de valor nominal cada una.

- 3) El 25 de febrero de 2014 y tras la emisión de nuevas acciones anunciada el 21 del mismo mes, el grupo accionarial de control de ha visto reducido su porcentaje de participación en el capital de la por debajo del 30%.

Como consecuencia de este hecho, el derecho que el acuerdo entre accionistas de Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (DTS, sociedad titular del negocio de televisión de pago de) reconoce a Telefónica y Mediaset España a adquirir la participación accionarial ostentada por en DTS será ejercitable durante el plazo de los quince días naturales siguientes al 25 de febrero (cuando la Compañía lo ha comunicado al Consejo de Administración de DTS y a las citadas entidades)

- 4) El 30 de mayo la compañía anunció el inicio del proceso de conversión obligatoria y pago de dividendo de las acciones B's. Las acciones B's han quedado extinguidas y excluidas de cotización y las nuevas acciones A's derivadas de la conversión y pago del dividendo (491.691.220 nuevas acciones A's) ya están cotizando en los sistemas de interconexión bursátil

- 5) El 4 de julio la compañía anuncio la extinción de los warrants emitidos en diciembre 2010 tras la finalización de la cuadragésima segunda ventana

5_ Estructura del Grupo

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

| Audiovisual | Educación | Radio | Prensa |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Prisa TV • Media Capital ²³⁾ | <ul style="list-style-type: none"> • Educación • Ediciones Generales | <ul style="list-style-type: none"> • Radio en España • Radio Internacional • Gran Vía Musical | <ul style="list-style-type: none"> • El País • As • Cinco Días • Revistas ⁽³⁾⁽⁴⁾ • Dédalo ¹²⁾ |

Desde 2013 el negocio de Distribución se clasifica como Operaciones en Discontinuación dentro de la unidad de negocio de Prensa, mientras que en 2012 estaba incluido dentro del área de Prensa integrado por consolidación Global. En Septiembre de 2013 se procede a la venta de la unidad de Distribución.

(1): Adicionalmente, las actividades correspondientes fundamentalmente a los negocios de comercialización de publicidad e Impresión, Dédalo, se incluyen en el Grupo desde el mes de abril de 2012, consolidándose por integración global a nivel Grupo (comparado con la integración por puesta en equivalencia anterior). Desde 2013, Dédalo se integra dentro de la unidad de Prensa.

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

(3): Revistas: desde el 1 de junio de 2013, Revistas en Portugal se deja de consolidar en el Grupo.

(4) Meristation: desde el 1 de mayo de 2013, Meristation pasa a consolidar dentro de la unidad de Prensa (Revistas). Hasta la fecha consolidaba en Digital.

6_ Conciliación entre EBITDA y EBIT para el primer trimestre de 2013 y 2014

El EBITDA, tal y como se presenta en este documento, es una medida adicional de los resultados que no es exigida por las NIIF ni se presenta con arreglo a las mismas. Por ello, a continuación se detalla una conciliación entre el EBITDA y el resultado de explotación (EBIT) conforme a las NIIF:

| (Millones de euros) | ENERO-JUNIO | |
|---|---------------|-----------------|
| | 2014 | 2013 |
| GRUPO PRISA | | |
| EBITDA ajustado | 88,37 | 132,90 |
| Dotación amortizaciones | (50,20) | (93,72) |
| Provisiones de circulante | (6,83) | (21,04) |
| Provisiones de inmovilizado | (10,00) | (2,64) |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | (6,79) | (207,77) |
| Resultado de explotación | 14,56 | (192,26) |
| 1. EDUCACIÓN | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 69,42 | 72,18 |
| Dotación amortizaciones | (28,12) | (28,79) |
| Provisiones de circulante | (3,08) | (8,24) |
| Provisiones de inmovilizado | (4,40) | (1,62) |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | (6,79) | 0,00 |
| Resultado de explotación | 27,03 | 33,53 |
| 2. RADIO | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 20,68 | 18,98 |
| Dotación amortizaciones | (5,13) | (6,74) |
| Provisiones de circulante | (2,25) | (2,58) |
| Provisiones de inmovilizado | (0,01) | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | 13,29 | 9,66 |
| Radio España | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 4,98 | 0,10 |
| Dotación amortizaciones | (3,50) | (4,24) |
| Provisiones de circulante | (0,91) | (1,44) |
| Provisiones de inmovilizado | 0,00 | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | 0,58 | (5,58) |
| Radio Internacional | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 15,71 | 18,17 |
| Dotación amortizaciones | (1,42) | (2,36) |
| Provisiones de circulante | (1,31) | (1,15) |
| Provisiones de inmovilizado | (0,01) | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | 12,98 | 14,66 |
| Otros | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | (0,02) | 0,71 |
| Dotación amortizaciones | (0,21) | (0,14) |
| Provisiones de circulante | (0,03) | 0,00 |
| Provisiones de inmovilizado | 0,00 | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | (0,27) | 0,57 |

| (Millones de euros) | ENERO-JUNIO | |
|---|----------------|---------------|
| | 2014 | 2013 |
| 3. PRENSA | | |
| EBITDA ajustado | (4,17) | 8,76 |
| Dotación amortizaciones | (7,43) | (5,12) |
| Provisiones de circulante | (1,52) | (2,47) |
| Provisiones de inmovilizado | (1,33) | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | (14,45) | 1,16 |
| El País | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | (8,86) | 4,65 |
| Dotación amortizaciones | (5,76) | (3,07) |
| Provisiones de circulante | (1,02) | (1,63) |
| Provisiones de inmovilizado | (0,29) | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | (15,92) | (0,05) |
| As | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 3,35 | 3,24 |
| Dotación amortizaciones | (0,23) | (0,20) |
| Provisiones de circulante | (0,46) | (0,45) |
| Provisiones de inmovilizado | 0,00 | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | 2,66 | 2,60 |
| Cinco Días | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | (0,05) | 0,44 |
| Dotación amortizaciones | (0,07) | (0,06) |
| Provisiones de circulante | 0,04 | (0,25) |
| Provisiones de inmovilizado | (0,02) | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | (0,09) | 0,12 |
| Otros | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 1,39 | 0,44 |
| Dotación amortizaciones | (1,38) | (1,79) |
| Provisiones de circulante | (0,08) | (0,15) |
| Provisiones de inmovilizado | (1,03) | 0,00 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | (1,10) | (1,50) |

| (Millones de euros) | ENERO-JUNIO | |
|---|----------------|-----------------|
| 4. CANAL+ | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 6,43 | 26,14 |
| Dotación amortizaciones | (34,39) | (41,76) |
| Provisiones de circulante | (7,25) | (7,57) |
| Provisiones de inmovilizado | 0,30 | 0,06 |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | (34,90) | (23,13) |
| 5. MEDIA CAPITAL | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | 18,31 | 16,73 |
| Dotación amortizaciones | (4,33) | (4,91) |
| Provisiones de circulante | (0,17) | (0,10) |
| Provisiones de inmovilizado | (0,00) | (0,03) |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | 0,00 |
| Resultado de explotación | 13,81 | 11,69 |
| 6. OTROS | 2014 | 2013 |
| EBITDA ajustado | (22,30) | (9,87) |
| Dotación amortizaciones | 29,20 | (6,40) |
| Provisiones de circulante | 7,44 | (0,08) |
| Provisiones de inmovilizado | (4,57) | (1,05) |
| Pérdidas de valor del fondo de comercio | 0,00 | (207,77) |
| Resultado de explotación | 9,78 | (225,16) |

(*)Distribución se vende en septiembre 2013

7_ Canal+

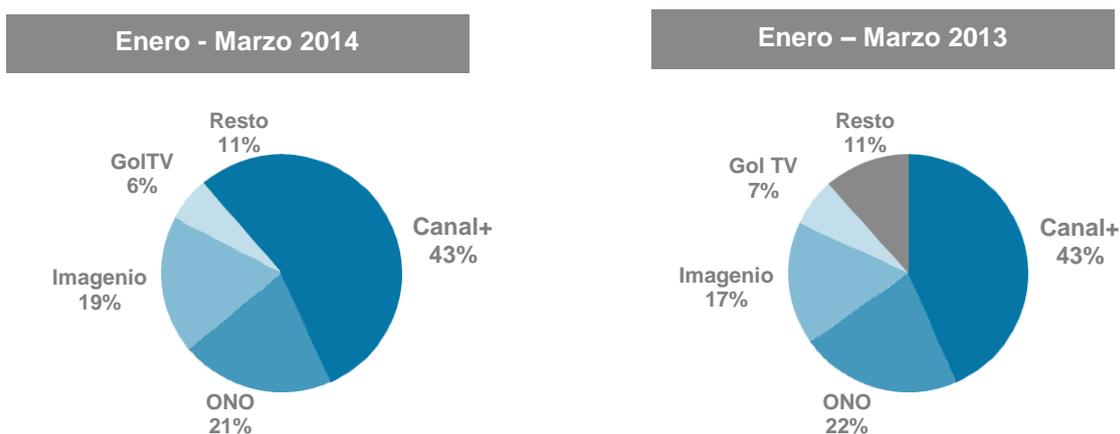
| CANAL+ | ENERO - JUNIO | | | ABRIL - JUNIO | | |
|------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2014 | 2013 | Var. % | 2014 | 2013 | Var. % |
| Ingresos | 579,5 | 593,3 | (2,3%) | 286,89 | 292,68 | (2,0%) |
| Abonados satélite | 431,9 | 444,7 | (2,9%) | 214,42 | 219,00 | (2,1%) |
| Abonados otros operadores | 115,9 | 117,0 | (0,9%) | 58,27 | 57,51 | 1,3% |
| Otros | 31,7 | 31,5 | 0,4% | 14,20 | 16,17 | (12,2%) |
| Gastos de explotación | 573,0 | 567,2 | 1,0% | 281,77 | 282,00 | (0,1%) |
| EBITDA | 6,4 | 26,1 | (75,4%) | 5,12 | 10,68 | (52,0%) |
| % margen | 1,1% | 4,4% | | 1,8% | 3,6% | |
| EBIT | (34,90) | (23,13) | (50,9%) | (15,71) | (14,52) | (8,2%) |
| % margen | (6,0%) | (3,9%) | | (5,5%) | (5,0%) | |

a_ Posición de mercado

Canal+ mantiene su liderazgo en el mercado según los últimos datos publicados por la CMT (a diciembre de 2013), con una cuota de mercado del 43,7% de media en número de abonados en el cuarto trimestre de 2013 (43,8% de media en 2013). En el primer trimestre de 2014 según estimaciones internas, la cuota de mercado de Canal+ alcanzó el 43,2%, manteniendo Canal+ el liderazgo absoluto en el mercado. A junio de 2014 la CMT no ha actualizado sus informes.

Se detalla a continuación la posición de mercado de Canal+:

Posición de mercado de Canal+



Fuente: Estimaciones internas (1T 2014)

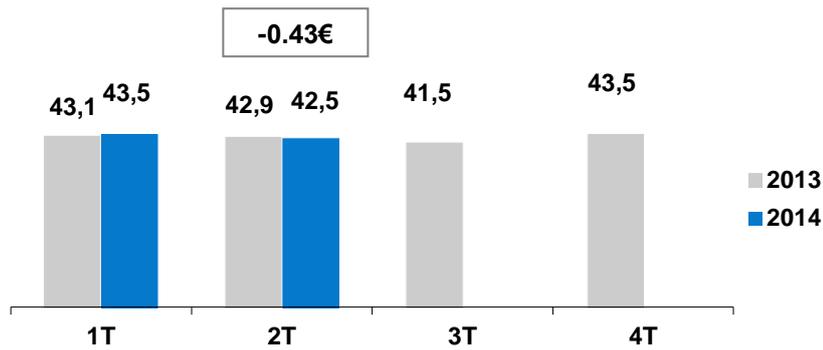
b_ Indicadores operativos

Los abonados de satélite se incrementan en el primer trimestre de 2014 en 10.975.

Abonados de satélite de Canal+

| | Jun 2014 | Dic 2013 | Var. Abs |
|----------------|-----------|-----------|----------|
| Satélite (DTH) | 1.597.311 | 1.620.632 | (23.321) |

El ARPU de los abonados del satélite en 1S 2014 se situó en 43,0 euros de media, al mismo nivel que los 43,0 euros de media en el primer semestre de 2013.

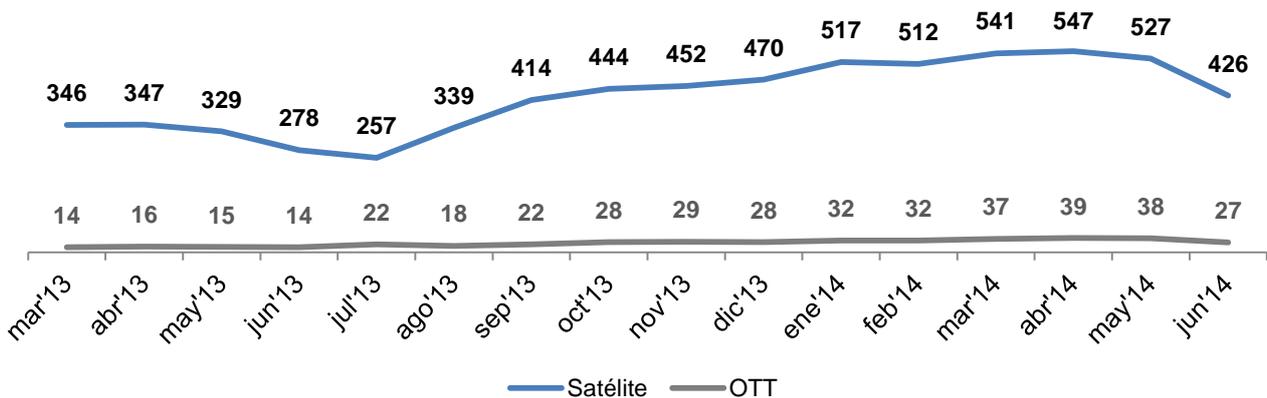
Evolución ARPU Canal+ (€)


El número de abonados con **iPlus** se siguió incrementando. A junio de 2014 el número de abonados de **iPlus** se situó en 654.094, lo que supone un incremento de 47.219 respecto a junio de 2013 y una penetración del 37,9%.

La tasa de cancelaciones se situó en 15,4%, más baja que el 17,9% de junio de 2013 y suponiendo una importante mejora desde el 18% de diciembre de 2013.

Desarrollo Digital: evolución de usuarios de Yomvi (miles de usuarios)

En el desarrollo digital de la plataforma, destaca el comportamiento de **YOMVI** que alcanzó en junio los **453 mil usuarios únicos**, de los cuales 425 mil son además abonados de satélite (penetración del 26,7%). Esto compara con los 293 mil a junio de 2013 (penetración del 17%).



Por otro lado, también se ha incrementado considerablemente el **uso que hacen los abonados de la plataforma**. Las descargas catch-up de contenido han aumentado de 1,9 millones en junio de 2013, a 4,4 millones en marzo de 2014.

Desarrollo Digital: evolución de descargas de Yomvi (miles)
