



Resultados Anuales
4T 2011

28 de Febrero 2012

PRISA ALCANZÓ EN 2011 UN EBITDA RECURRENTE DE 493,16 MILLONES DE EUROS

El EBITDA contable fue de 437 millones de euros, debido a los gastos extraordinarios en reestructuración de personal (77,2 millones de euros)

El Grupo arroja pérdidas netas de 451 millones de euros tras provisionar 253 millones por deterioros del fondo de comercio (principalmente en Portugal) y 183 millones por conceptos fiscales en discusión

El buen comportamiento de la Televisión de pago y de la actividad en Educación junto a la creciente presencia en América Latina permiten compensar en parte la caída del mercado publicitario en España y Portugal

- Los ingresos recurrentes alcanzaron 2.714,16 millones de euros (-1,3%)
- El margen EBITDA recurrente alcanzó el 18,2% en línea con 2010
- La **Televisión de pago crece** en abonados netos, con ARPU estable (41,1 euros) y caída de la tasa de cancelaciones (13,6%). Alcanza un EBITDA de 186,77 millones de euros (+12,5% ajustado de efectos no recurrentes).
- **Santillana** crece un 12,2%.
- Los ingresos de la actividad **digital aumentan** el 6,7%. 63,7 millones de navegadores únicos (+25,3% respecto a 2010).
- Los ingresos de **Latinoamérica crecen un 15,9%** y representan un 24,3% de los del Grupo. El EBITDA procedente de la región es un 38,6% del total.
- Los **ingresos publicitarios de España y Portugal** alcanzan los 498,1 millones y representan un 18,3% del total de los ingresos de PRISA.
- **Reestructuración de costes:** los ejecutivos del grupo aceptan una reducción del 7% sobre su salario fijo.
- Terminado el **plan de reestructuración:** se han invertido 94,8 millones de euros para unos ahorros anualizados de 64,5 millones.
- **Refinanciada la deuda bancaria**, extendiendo su vencimiento hasta 2014/2015. El Grupo tiene ahora tiempo y flexibilidad financiera para centrarse en la mejora de sus negocios. El acuerdo de refinanciación activó los mecanismos para la **conversión de 75 millones de warrants** por parte de la Familia Polanco, Martin Franklin y Nicolas Berggruen, por un importe total de 150 millones de euros (a un precio de 2 euros por acción).

Madrid (28 de febrero de 2012). Grupo PRISA (en adelante, “PRISA” o la “Sociedad”) (NYSE: PRIS), líder mundial en los mercados de habla española y portuguesa en las áreas de educación, información y entretenimiento, ha anunciado hoy sus resultados financieros y de explotación correspondientes al ejercicio 2011. El Grupo obtuvo unos ingresos en este período de 2.724,45 millones de euros y un EBITDA de 436,91 millones de euros. Los márgenes de su EBITDA recurrente fueron estables (18,2%).

“Estos resultados demuestran la fortaleza operativa de nuestros negocios incluso en un entorno de extrema debilidad del ciclo económico” declaró el presidente de la Comisión Ejecutiva y CEO de PRISA, Juan Luis Cebrián. “Santillana y la televisión de pago son ejemplos de cómo se puede crecer en medio de las circunstancias más adversas” –añadió-. “Hemos llevado a cabo un gran esfuerzo en reducción de costes. Eso, junto con nuestra creciente presencia en América Latina, ha permitido mitigar en parte la caída de los mercados publicitarios en España y Portugal. Los ingresos internacionales de PRISA alcanzan ya más del 32% del total.”

“Por un elemental criterio de prudencia, y habida cuenta sobre todo de la muy difícil situación por la que atraviesa Portugal, hemos procedido en las cuentas del 2011 a dotar una provisión por deterioro de los fondos de comercio de 252,94 millones de euros” –añadió- “También hemos realizado provisiones en el impuesto de sociedades por importe de 183 millones de euros para hacer frente a hipotéticas resoluciones judiciales sobre contenciosos fiscales en curso referentes a las deducciones a la exportación. No obstante seguimos confiando en que los tribunales nos den la razón”.

El consejero delegado terminó resaltando que el acuerdo con los bancos ha otorgado además a PRISA la flexibilidad financiera que le permitirá centrar sus esfuerzos en mejorar operativamente sus negocios.

En línea con los esfuerzos por reducir costes, el 92% de los ejecutivos del grupo ha aceptado voluntariamente y con carácter indefinido, una reducción de su salario fijo del 7%.

Hechos destacados de 2011

- Las condiciones del mercado permanecen estables en todas las áreas de negocio a excepción de la publicidad y el consumo de libros de Ediciones Generales, que continúan viéndose afectados por el entorno macroeconómico débil de España y Portugal.
- En el área **Audiovisual** los ingresos ascienden a 1.241,19 millones de euros y el EBITDA alcanza los 234,69 millones de euros. Los márgenes de EBITDA ajustados de efectos extraordinarios se incrementan en 3,2 puntos hasta el 18,3%. A final de año se registran 1,84 millones de abonados a la televisión de pago, de los cuales 82.247 corresponden a otras plataformas. Las altas netas de abonados de satélite disminuyen en 16.671 comparado con la caída de 72.949 en 2010. El ARPU se mantiene por encima de 41 euros de media. La tasa de cancelaciones continúa reduciéndose hasta el 13,6%, frente al 15,8% de 2010. Los abonados a servicios iPlus se incrementan en casi un 65% en 2011 hasta alcanzar los 503.202.
- **En Educación** los ingresos (720,39 millones de euros) se incrementan en un 12,2% gracias al buen comportamiento de las campañas de Latinoamérica (destaca Brasil con un aumento del 24,1%) y a la campaña de Educación en España que se incrementa un 8,6%. El EBITDA ajustado alcanzó los 173,70 millones de euros, mejorando un 4,4% con respecto al año anterior.
- **En Radio** los ingresos (376,77 millones de euros) disminuyen en un 7,1% respecto al ejercicio anterior. La publicidad de la radio internacional crece un 5,4% compensando en parte el mal comportamiento en España que registra una caída del -10,3%. El EBITDA ajustado asciende a 87,02 millones de euros (-19,7% frente a 2010) y el margen de EBITDA ajustado al 23,1%.
- **En Prensa**, los ingresos se sitúan en 390,01 millones de euros, un 7,2% menos que el ejercicio anterior. El EBITDA ajustado asciende a 54,84 millones de euros.
- **El área Digital** alcanzó un promedio mensual de 63,7 millones de navegadores únicos en 2011, lo que representa un aumento del 25,3% con respecto al año anterior, gracias sobre todo al fuerte crecimiento registrado por As.com, El País.com y Cinco Días.com.
- **Los ingresos publicitarios totales** ascienden a 620,06 millones de euros, un 8,0% menos que durante el 2010 y suponen sólo el 22,8% del total de grupo.

Resultados consolidados

La comparativa de los resultados de 2011 y 2010 se ve afectada **por efectos extraordinarios registrados en ingresos y gastos** tanto en el ejercicio 2011 como en el ejercicio 2010. Por ello, y a efectos de realizar una comparativa homogénea, a continuación se presenta una cuenta de resultados en la que se ajustan los efectos extraordinarios.

En cuanto a la **salida del perímetro de consolidación de Cuatro en 2010**, ya se presentaron cuentas con Cuatro como operación en discontinuación en el 4T 2010, por lo que en este sentido las cuentas de ambos años son perfectamente comparables.

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE-DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Ingresos de explotación	2.724,45	2.822,73	(3,5)	685,93	734,68	(6,6)
EBITDA	436,91	596,33	(26,7)	57,22	122,07	(53,1)
EBIT	(35,74)	336,15	(110,6)	(246,40)	28,66	-
Resultado Financiero	(195,15)	(159,21)	(22,6)	(61,50)	(46,78)	(31,5)
Gastos por intereses de financiación	(124,65)	(123,56)	(0,9)	(33,23)	(32,96)	(0,8)
Otros resultados financieros	(70,50)	(35,65)	(97,7)	(28,27)	(13,83)	(104,5)
Resultado de sociedades por puesta en equivalencia y de otras inversiones	(13,83)	(103,86)	86,7	(18,19)	(98,81)	81,6
Resultado antes de impuestos	(244,71)	73,09	-	(326,09)	(116,93)	(178,9)
Impuesto sobre sociedades***	(147,97)	(73,02)	(102,6)	(134,05)	(14,76)	-
Resultado de operaciones en discontinuación	(2,65)	(35,01)	92,4	(1,61)	(18,93)	91,5
Resultado atribuido a socios externos	(55,88)	(37,92)	(47,4)	(7,40)	(13,79)	46,4
Resultado Neto	(451,22)	(72,87)	-	(469,14)	(164,40)	(185,4)
Margen EBITDA	16,0%	21,1%		8,3%	16,6%	
Margen EBIT	(1,3%)	11,9%		(35,9%)	3,9%	
Efectos extraordinarios en ingresos*	10,29	71,92		-2,00	30,67	
Sentencia Mediapro	-	33,00		-	-	
Venta Edificio Tres Cantos	-	19,93		-	19,93	
Otros	10,29	18,99		(2,00)	10,74	
Efectos extraordinarios en gastos**	319,48	28,40		263,89	45,06	
Indemnizaciones	77,21	1,06		21,62	(4,95)	
Renegociación con proveedores	-	(23,83)		-	0,00	
Otros	(10,68)	-		(10,68)	-	
Deterioro de fondo de comercio	252,94	51,18		252,94	50,00	
Efectos extraordinarios en impuesto de sociedades***	147,48	15,00		147,48	15,00	
Provisión impuesto de sociedades	183,00	15,00		183,00	15,00	
Deducción por reinversión de beneficios extraordinarios	(35,52)	-		(35,52)	-	
Ingresos de explotación ajustados	2.714,16	2.750,81	(1,3)	687,93	704,01	(2,3)
EBITDA ajustado	493,16	501,63	(1,7)	70,17	86,46	(18,8)
Margen EBITDA ajustado	18,2%	18,2%		10,2%	12,3%	
EBIT ajustado	273,46	292,63	(6,6)	19,49	43,06	(54,7)
Margen EBIT ajustado	10,1%	10,6%		2,8%	6,1%	
Resultado Neto ajustado	1,62	28,60	(94,3)	(49,9)	(12,9)	-

* Los efectos extraordinarios en ingresos corresponden en 2011 fundamentalmente a la venta de Canal Viajar, registrados en el área audiovisual. En 2010 corresponden principalmente a la Sentencia de Mediapro y las ventas del edificio en Tres Cantos, Sogecine y Sogepaq.

** Los efectos extraordinarios en gastos en 2011 corresponden principalmente a las indemnizaciones del plan de Eficiencia que ha llevado a cabo Prisa desde diciembre 2010 además de otros efectos tales como la sentencia por el conflicto del FC Barcelona. En 2010 corresponden a las indemnizaciones del plan de eficiencia y a la renegociación con Proveedores que se registra en el área Audiovisual.

Adicionalmente, aunque sólo impactando a nivel EBIT (y no a nivel EBITDA) se recogen los deterioros del fondo de comercio de Media Capital (219 millones de euros) y de Prisa Brand Solutions, comercializadora de publicidad (33,94 millones de euros) que se registran a nivel Grupo.

*** Por un criterio de prudencia se ha dotado una provisión de 183 millones de euros por una posible resolución desfavorable en una serie de conceptos fiscales en discusión, principalmente la deducción por actividad exportadora.

El buen comportamiento de los ingresos de educación, de abonados de otros operadores en Canal+ y la venta de derechos audiovisuales y programas ha compensado en parte la debilidad de los ingresos publicitarios, de circulación y de abonados de satélite. **Excluyendo los efectos extraordinarios recogidos en el área audiovisual**, los ingresos se habrían reducido en un 1,3%:

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE-DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Publicidad	620,06	673,70	(8,0)	176,38	195,43	(9,8)
Libros y formación	697,88	625,88	11,5	165,19	137,98	19,7
Periódicos y revistas	168,74	180,40	(6,5)	39,21	43,35	(9,5)
Ingresos de abonados	887,09	913,11	(2,8)	223,76	224,44	(0,3)
Producción audiovisual	88,24	87,74	0,6	19,29	22,40	(13,9)
Otros ingresos	262,44	341,91	(23,2)	62,11	111,08	(44,1)
Total ingresos de explotación	2.724,45	2.822,73	(3,5)	685,93	734,68	(6,6)
Efectos extraordinarios en ingresos	10,29	71,92		(2,00)	30,67	
Sentencia Mediapro (otros ingresos)	-	33,00		-	-	
Venta Edificio Tres Cantos (otros ingresos)	-	19,93		-	19,93	
Otros (otros ingresos)	10,29	18,99		(2,00)	10,74	
Total ingresos de explotación ajustados	2.714,16	2.750,81	(1,3)	687,93	704,01	(2,3)
Otros ingresos ajustados	252,15	269,99	(6,6)	64,11	80,41	(20,3)

Los gastos de explotación en 2011, incluyendo amortizaciones y provisiones, ascendieron a 2.760,19 millones de euros. **El total de gastos de explotación ajustados se redujo un 0,7% en 2011 (+1,1% en el 4T estanco)**. El detalle es el siguiente:

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE- DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Compras y consumos	824,12	839,22	(1,8)	237,55	232,25	2,3
Servicios exteriores	788,81	794,50	(0,7)	203,98	228,01	(10,5)
Gastos de personal	674,32	592,08	13,9	187,36	151,92	23,3
Otros gastos de explotación	0,28	0,60	(52,9)	(0,18)	0,44	(140,1)
Amortizaciones y provisiones	472,65	260,18	81,7	303,62	93,41	-
Total gastos de explotación	2.760,19	2.486,58	11,0	932,33	706,01	32,1
Efectos extraordinarios en gastos	319,48	28,40		263,89	45,06	
Indemnizaciones (gastos de personal)	77,21	1,06		21,62	(4,95)	
Renegociaciones con proveedores (servicios exteriores)	-	(23,83)		-	0,00	
Otros	(10,68)	-		(10,68)	-	
Deterioro de fondo de comercio	252,94	51,18		252,94	50,00	
Total gastos de explotación ajustados	2.440,70	2.458,18	(0,7)	668,44	660,96	1,1
Servicios exteriores ajustados	805,70	818,33	(1,5)	220,87	228,01	(3,1)
Gastos de personal ajustados	590,90	591,03	(0,0)	159,52	156,86	1,7
Amortizaciones y provisiones ajustadas	213,49	202,79	5,3	44,46	37,19	19,5

El **Ebitda** alcanzó los 436,91 millones de euros registrando una caída del 26,7% explicada en su mayor parte por los efectos extraordinarios registrados tanto en el ejercicio 2011 como en el ejercicio 2010. **Excluyendo estos efectos extraordinarios, el Ebitda se habría reducido en un -1,7%, con unos márgenes que se han mantenido estables en el 18,2%, a pesar del complicado entorno macroeconómico.**

En el ejercicio 2011 la compañía ha registrado 252,94 millones de euros de **deterioros de fondo de comercio** que corresponden fundamentalmente a un aumento del riesgo país y caída del mercado publicitario en Media Capital y a cambios en el modelo de gestión de la actividad de comercialización de publicidad en Prisa Brand Solutions.

En el epígrafe de **Otros Resultados Financieros** se recoge, entre otros conceptos, el gasto por la actualización del pasivo financiero registrado por el valor actual del dividendo comprometido con los titulares de las acciones convertibles sin voto (más explicación en los anexos).

En el **impuesto de sociedades** se recoge una provisión de 183 millones de euros, que por un criterio de prudencia se ha dotado, para hacer frente a posibles resoluciones desfavorables en una serie de conceptos aún en discusión, principalmente por deducción de actividad exportadora. La compañía mantiene abiertas todas las reclamaciones jurídicas necesarias para la resolución de estos conceptos.

El resultado por puesta en equivalencia recoge fundamentalmente el 17,336% del resultado de Mediaset España, así como los resultados del negocio de impresión y V-Me. En 2010, recoge además una provisión de 80 millones de euros para cubrir determinados riesgos y posibles gastos de reestructuración en empresas asociadas.

El resultado atribuido a socios externos se explica fundamentalmente por la participación del 25% de DLJ en el accionariado de Santillana, por los minoritarios del 44% en Canal+ y por los minoritarios del 26,51% en el negocio de la Radio.

El resultado neto ajustado por elementos extraordinarios (una vez excluido el impacto de los ingresos extraordinarios, gastos extraordinarios, deterioros de fondo de comercio y de la provisión del impuesto de sociedades) alcanza un resultado positivo de 1,62 millones de euros, lo cual compara con los 28,60 millones de euros de 2010.

Audiovisual

AUDIOVISUAL	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Ingresos	1.241,19	1.372,40	(9,6%)	310,79	382,89	(18,8%)
Prisa TV**	1.011,28	1.133,99	(10,8%)	255,05	316,48	(19,4%)
Media Capital	224,36	249,01	(9,9%)	57,08	76,19	(25,1%)
EBITDA	234,69	308,78	(24,0%)	49,66	76,71	(35,3%)
% margen	18,9%	22,5%		16,0%	20,0%	
Prisa TV**	186,77	269,37	(30,7%)	38,57	64,71	(40,4%)
% margen	18,5%	23,8%		15,1%	20,4%	
Media Capital	38,95	48,04	(18,9%)	11,09	20,63	(46,3%)
% margen	17,4%	19,3%		19,4%	27,1%	
EBIT	121,39	194,44	(37,6%)	12,28	44,38	(72,3%)
% margen	9,8%	14,2%		4,0%	11,6%	
Prisa TV**	95,57	174,06	(45,1%)	13,88	42,01	(67,0%)
% margen	9,5%	15,3%		5,4%	13,3%	
Media Capital	16,84	29,01	(41,9%)	(1,60)	11,00	(114,6%)
% margen	7,5%	11,6%		(2,8%)	14,4%	
Efectos extraordinarios en ingresos	12,29	91,90		-	50,64	
Sentencia Mediapro (Prisa TV)	-	33,00		-	-	
Venta Edificio Tres Cantos, Sogecine, Sogepaq (Prisa TV)	-	50,64		-	50,64	
Otros (Prisa TV)	12,29	8,26		-	0,00	
Efectos extraordinarios en gastos	11,75	(18,47)		(4,85)	2,53	
Indemnizaciones	18,89	0,00		2,29	(2,84)	
Prisa TV	15,23	0,00		0,05	(1,81)	
Media Capital	3,66	0,00		2,24	(1,03)	
Renegociaciones con proveedores	-	(23,83)		-	0,00	
Otros (Prisa TV)	(16,89)	-		(16,89)	-	
Deterioro fondo comercio (Media Capital)	9,75	5,37		9,75	5,37	
Ingresos ajustados	1.228,90	1.280,50	(4,0%)	310,79	332,25	(6,5%)
Prisa TV**	998,99	1.042,09	(4,1%)	255,05	265,83	(4,1%)
Media Capital	224,36	249,01	(9,9%)	57,08	76,19	(25,1%)
EBITDA ajustado	224,40	193,04	16,2%	35,06	23,23	50,9%
% margen ajustado	18,3%	15,1%		11,3%	7,0%	
Prisa TV**	172,82	153,64	12,5%	21,74	12,26	77,4%
% margen	17,3%	14,7%		8,5%	4,6%	
Media Capital	42,61	48,04	(11,3%)	13,33	19,61	(32,0%)
% margen	19,0%	19,3%		23,3%	25,7%	
EBIT ajustado	120,85	84,07	43,8%	7,43	(3,7)	---
% margen ajustado	9,8%	6,6%		2,4%	-1,1%	
Prisa TV**	81,63	58,33	39,9%	(2,96)	(10,4)	71,7%
% margen	8,2%	5,6%		-1,2%	-3,9%	
Media Capital	30,25	34,37	(12,0%)	10,39	15,34	(32,3%)
% margen	13,5%	13,8%		18,2%	20,1%	

** Prisa TV incluye el negocio de la TV de pago y otras actividades relacionadas.

En Prisa TV (Canal+), los ingresos ajustados han experimentado una caída del 4,0%, ligeramente más baja que la caída del 4,2% observada a septiembre de 2011. Esta caída en los ingresos del año

viene explicada por el menor número de abonados de satélite (especialmente en el 2T y en el 4T, en el cual hubo una campaña de navidad más débil y sufrió el impacto negativo de la emisión en abierto de varios partidos de fútbol como el Real Madrid-FC Barcelona), por ligeras variaciones en el ARPU y por el impacto de cambios en el modelo de comercialización del iPlus y Canal+ Toros.

Sin embargo, se observan **importantes mejoras en los parámetros operativos de Canal+ en el año**: las altas netas han crecido en 53.858 en el año (comparado con una caída de -61.231 en 2010), registrándose una caída de altas netas de satélite de -16.671 (comparado con -72.949 en 2010) y crecimiento de las altas netas de otras plataformas en 70.529 (comparado con +11.718 en 2010). El ARPU se mantiene por encima de los 41 euros en el año (41,1 euros, comparado con los 41,7 euros de 2010). Finalmente la penetración de iPlus sigue creciendo y alcanza 28,7% a final de 2011 (comparado con el 17,2% de final de 2010)

En el 4T estanco, también hay mejoras en los parámetros operativos: la caída de altas netas en satélite (-18.130, comparado con el crecimiento de 7.040 en el 3T), se ha visto compensada por el incremento de abonados de otras plataformas (+24.761, comparado con +34.380 en el 3T) gracias a los acuerdos con otros operadores. El ARPU alcanzó 41,5 euros en el 4T (40,1 euros del 3T).

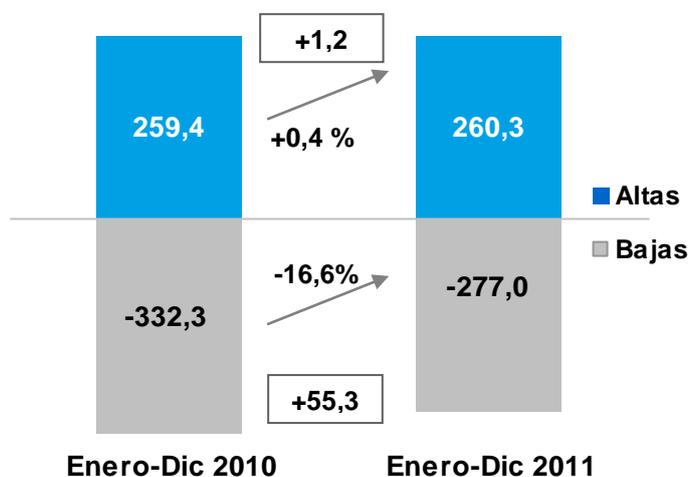
Los gastos de explotación ajustados, excluyendo amortizaciones y provisiones, se reducen un 7,6% (comparado con una reducción del 6,6% a septiembre de 2011), debido fundamentalmente a renegociaciones de contratos y a la inclusión en 2010 de los costes del mundial de fútbol (que tuvieron un impacto en gastos de 29,77 millones de euros en 2010. De esta manera, el **Ebitda ajustado se ha incrementado en un 16,2% (comparado con el +11,5% a septiembre)**.

Los principales indicadores operativos se han visto beneficiados por el cambio de estrategia comercial de los últimos meses y por los acuerdos de multi-distribución de Canal+ a los que se ha llegado con otros operadores (Telefónica, Orange, ONO y Jazztel). El **número de abonados** a diciembre alcanzó la cifra de 1.838.432, siendo el desglose de abonados el siguiente:

Desglose abonados	Dic 2011	Dic 2010	Var. Abs
Satélite (DTH)	1.756.185	1.772.856	(16.671)
Otras plataformas (*)	82.247	11.718	70.529
Total	1.838.432	1.784.574	53.858

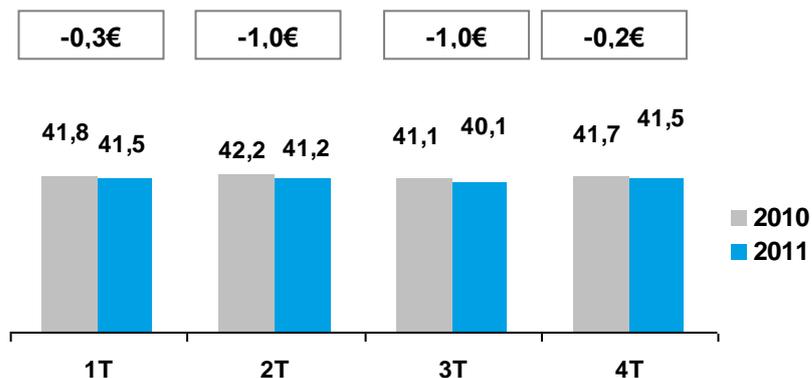
(*) Incluye abonados de acuerdos con operadores de telecomunicaciones (wholesale) y abonados de OTT

Al igual que ha venido ocurriendo en los últimos años, se mantiene el cambio de tendencia observado en los **abonados del satélite en 2011**, con un incremento en las las altas en el de un 0,4% mientras que las bajas se han reducido un -16,6% con respecto a 2010:



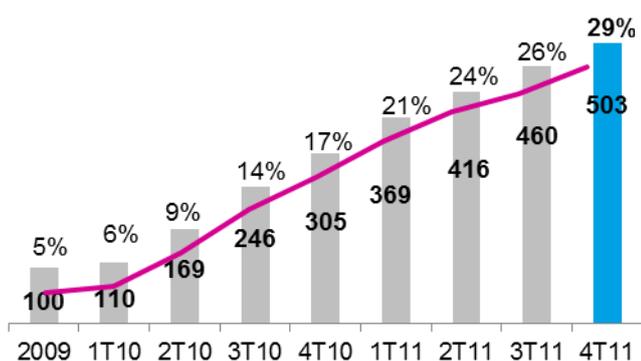
El ARPU de los abonados del satélite en el 4T de 2011 se sitúa en 41,5 euros en línea con los 41,7 euros de 2010. El ARPU medio para el año se sitúa en 41,1 euros, comparado con los 41,7 euros de 2010. La tasa de cancelaciones se mantiene estable en el 4T en 13,6%, mostrando una importante reducción frente al 15,8% de diciembre de 2010. La evolución del ARPU por trimestres es la siguiente:

Evolución del ARPU de CANAL+ (DTH, euros)

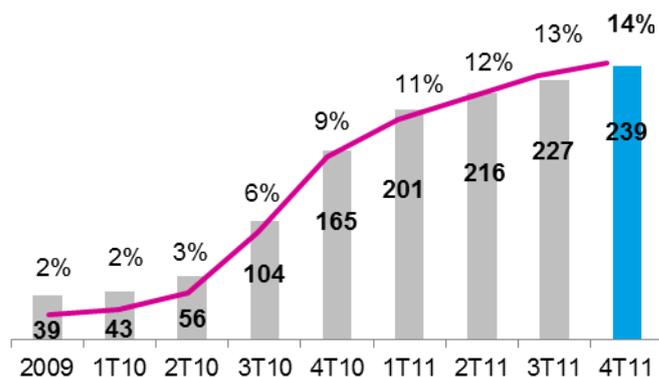


El número de abonados con **iPlus y Multiplus** continúa creciendo a buen ritmo: a diciembre de 2011 el número de abonados de **iPlus** supera ya los 500.000, situándose en 503.202, lo que supone un incremento de 197.823 respecto a diciembre de 2010, e implicando una penetración del 28,7% (comparada con un 17,2% a diciembre 2010 y 25,9% a septiembre 2011). En cuanto al **Multiplus**, a diciembre de 2011, 238.772 abonados estaban suscritos a este servicio lo que supone una penetración del 13,6%, por encima del 12,8% a septiembre 2011 y del 12,2% de junio de 2011.

iPlus: Abonados (en miles) y penetración



Multi+: Abonados (en miles) y penetración



Los abonados a través de otras plataformas alcanzaron los 82.247, fruto de los acuerdos que se han alcanzado con los distintos operadores (Orange, ONO, Telecable, Jazztel y sobre todo Telefónica) en el marco de su política de multi-distribución de Canal+.

Media Capital, registró en 2011 unos ingresos de 224,36 millones de euros y un Ebitda ajustado de 42,61 millones de euros (-11,3%) en el 4T se ha observado un deterioro de las condiciones de mercado publicitario en Portugal que ha llevado que su rendimiento haya sido más débil en el trimestre estanco con ingresos que alcanzaron los 57,08 millones de euros y EBITDA ajustado 13,33 millones de euros (-32,0%)

A pesar de la debilidad económica de Portugal, **TVI**, líder en televisión en abierto de dicho país, ha alcanzado unos ingresos de explotación de 151,43 millones de euros (-4,4%, comparado con -0,6% en los primeros nueve meses del año). Esto es debido a la caída de sus ingresos publicitarios, que se han visto reducidos en un -10,1% (-6,6% en los primeros nueve meses del año), mostrando el empeoramiento que ya esperábamos en la publicación de los resultados del 3T, y sin embargo consiguiendo una actuación mejor que el mercado de televisión en abierto de Portugal que se estima cayó en 2011 un -13,5%. El incremento en los ingresos de Call TV sigue compensando la caída de los ingresos publicitarios.

TVI ha continuado manteniendo su liderazgo alcanzando una audiencia en 2011 del 34,5% (mejorando desde el 34,1% de los primeros nueve meses del año) en 24h y 38,1% en prime-time (también suponiendo una ligera mejora desde los 37,9% de los primeros nueve meses del año).

Adicionalmente, la división de Audiovisual recoge un **deterioro del fondo de comercio** de 9,75 millones de euros que impacta a Media Capital y que no tienen impacto a nivel grupo, correspondientes al fondo de comercio generado en el traspaso de Plural.

Educación

EDUCACIÓN	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE-DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Ingresos	720,39	642,25	12,2%	171,56	144,79	18,5%
EBITDA	170,20	166,35	2,3%	5,65	8,15	(30,6%)
% margen	23,6%	25,9%		3,3%	5,6%	
EBIT	103,99	105,46	(1,4%)	2,29	4,72	(51,5%)
% margen	14,4%	16,4%		1,3%	3,3%	
Efectos extraordinarios en gastos	3,50	0,00		0,93	(2,51)	
Indemnizaciones	3,50	0,00		0,93	(2,51)	
EBITDA ajustado	173,70	166,35	4,4%	6,58	5,64	16,8%
% margen ajustado	24,1%	25,9%		3,8%	3,9%	
EBIT ajustado	107,49	105,46	1,9%	3,22	2,21	46,0%
% margen ajustado	14,9%	16,4%		1,9%	1,5%	

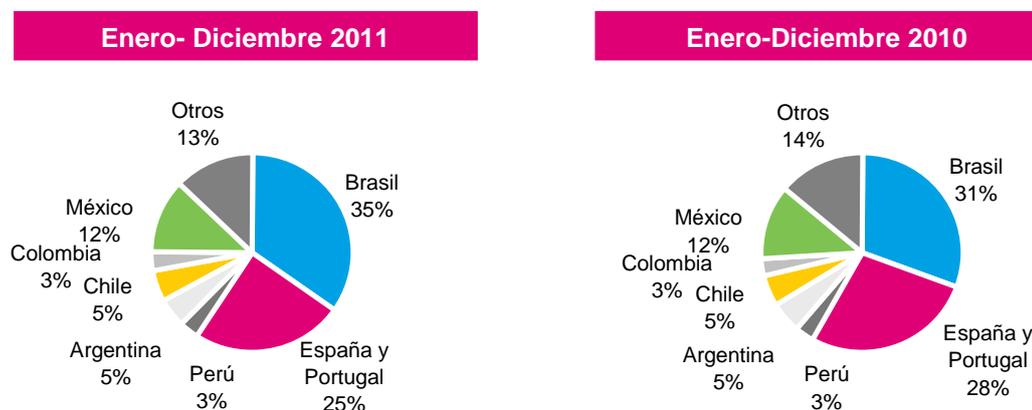
Los ingresos de Educación alcanzaron los 720,39 millones de euros en 2011, representando un crecimiento del 12,2% respecto del año anterior, y el Ebitda ajustado los 173,70 millones de euros (+4,4%, comparado con +4,0% de los nueve primeros meses del año).

Todos los países del área sur (que ha obtenido un crecimiento del +20,6%) han registrado crecimientos importantes en sus campañas en 2011, destacando: **Brasil** (+24,1%), **Argentina** (+17,3%), **Chile** (+13,6%), **Colombia** (+21,0%).

En el área norte, **México** incrementa sus ingresos en un +18,1% y **Venezuela** un +27,5%. En **España** los ingresos caen un 1,9% en el año, lo cual responde al resultado negativo de Ediciones Generales (-30,5%), compensado por el buen comportamiento de la campaña de Educación en España (+8,6%).

En 2011, el **tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo de 4,83 millones de euros en los ingresos de explotación (descontando este efecto se habrían incrementado en un 12,9%). En Brasil el impacto del tipo de cambio ha sido positivo (a tipo de cambio constante, los ingresos de Brasil habrían crecido un 22,1%). En el 4T el impacto del tipo de cambio ha sido negativo de 6,5 millones de euros en los ingresos de explotación (descontando este efecto, los ingresos habrían aumentado un 23% respecto del 4T de 2010).

El desglose de ingresos por área geográfica ha sido el siguiente:



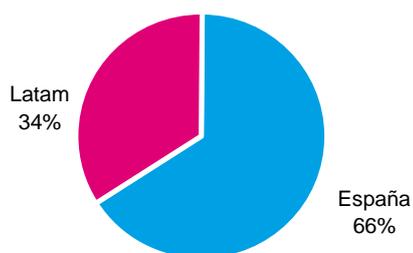
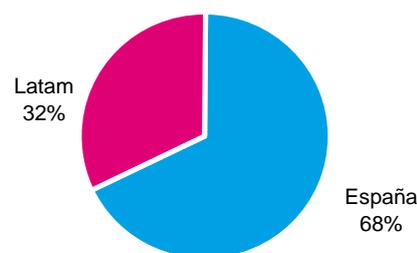
Radio

RADIO	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE-DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Ingresos	376,77	405,52	(7,1%)	107,30	117,93	(9,0%)
<i>Publicidad</i>	325,61	342,94	(5,1%)	91,74	96,87	(5,3%)
<i>Otros</i>	51,16	62,59	(18,3%)	15,56	21,06	(26,1%)
EBITDA	51,61	108,07	(52,2%)	9,10	40,10	(77,3%)
% margen	13,7%	26,6%		8,5%	34,0%	
EBIT	25,18	90,06	(72,0%)	(1,99)	34,89	(105,7%)
% margen	6,7%	22,2%		(1,9%)	29,6%	
Efectos extraordinarios en gastos	35,42	0,25		17,92	0,25	
Indemnizaciones	35,42	0,25		17,92	0,25	
EBITDA ajustado	87,02	108,32	(19,7%)	27,02	40,35	(33,0%)
% margen ajustado	23,1%	26,7%		25,2%	34,2%	
EBIT ajustado	60,60	90,32	(32,9%)	15,93	35,15	(54,7%)
% margen ajustado	16,1%	22,3%		14,8%	29,8%	

En 2011 **los ingresos de la radio** han alcanzado los 376,77 millones de euros, lo que supone una caída del 7,1%, principalmente por menores ingresos de publicidad en **España** (-10,3%) y a pesar de la mejora en publicidad en **Latam** (+5,4%), liderada por Colombia (+8,6%) y Chile (+7,8%).

Los resultados de 2010 se vieron impactados positivamente por el Mundial de fútbol (hasta agosto) y las elecciones en Colombia (en mayo y junio).

El detalle de ingresos por origen geográfico es el siguiente:

Enero-Diciembre 2011

Enero-Diciembre 2010


El Ebitda se ha visto negativamente afectado por los costes de restructuración cuyo importe ha ascendido a 17,92 millones de euros en el trimestre (35,42 millones de euros en el año). Descontando el efecto del plan de restructuración, el Ebitda se habría reducido en un 19,7%, una caída mayor que el 11,7% observado a septiembre de 2011.

Prensa

PRENSA*	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE-DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %	2011	2010	Var. %
Ingresos	390,01	420,35	(7,2%)	96,95	112,84	(14,1%)
<i>Publicidad</i>	147,85	172,77	(14,4%)	44,23	53,13	(16,8%)
<i>Circulación</i>	172,37	184,31	(6,5%)	40,22	44,18	(9,0%)
<i>Promociones y otros</i>	69,80	63,26	10,3%	12,51	15,53	(19,5%)
EBITDA	40,05	57,86	(30,8%)	17,73	26,58	(33,3%)
% margen	10,3%	13,8%		18,3%	23,6%	
EBIT	16,48	42,30	(61,0%)	3,29	20,98	(84,3%)
% margen	4,2%	10,1%		3,4%	18,6%	
Efectos extraordinarios en gastos	22,54	0,14		8,06	0,05	
Indemnizaciones	14,79	0,14		0,31	0,05	
Deterioro fondo comercio	7,75			7,75		
EBITDA ajustado	54,84	58,00	(5,4%)	18,04	26,62	(32,2%)
% margen ajustado	14,1%	13,8%		18,6%	23,6%	
EBIT ajustado	39,02	42,44	(8,0%)	11,35	21,02	(46,0%)
% margen ajustado	10,0%	10,1%		11,7%	18,6%	

* Incluye distribución.

El área de prensa disminuye sus ingresos en un 7,2% en 2010 hasta alcanzar los 390,01 millones de euros. Excluyendo el impacto del mundial de fútbol, los ingresos de la unidad de negocio habrían disminuido un 6,3%.

En 2011, en el **mercado publicitario** en España, la prensa escrita ha sido el sector que más ha sufrido. Los ingresos publicitarios han caído un -14,4% (el País -14,8%, As -14,3%). Los ingresos por **circulación** han experimentado una caída del 6,5% siendo el detalle de las circulaciones de los periódicos el siguiente:

	Enero- Dic 2011	Enero- Dic 2010	Var. %
El País	365.118	370.080	(1,3%)
AS	198.758	211.553	(6,0%)
Cinco Días	31.304	31.337	(0,1%)

Fuente: OJD. Cifras de 2011 no auditadas.

El País reduce su difusión en 2011 un -1,3% (comparado con una caída del -5,5% en 2010), **AS** cae un -6,0%, (comparado con una caída del -1,7% en 2010, pero mejorando desde septiembre, cuando mostraba una caída del 7,6%) y **Cinco Días** vio caer su circulación un -0,1% (comparado con una caída del -6% en 2010).

Los ingresos de explotación recogen en 2011 ingresos por deducciones y subvenciones fiscales por i+D y otros eventos especiales, que compensan la menor contribución de las promociones, (-15,3%).

El **Ebitda** ha alcanzado los 40,05 millones de euros frente a 57,86 millones registrados en el ejercicio anterior. Este comportamiento se debe principalmente tanto a la caída del mercado publicitario y de la difusión como a los costes de restructuración cuyo importe ha ascendido a 14,79 millones de euros (si bien la mayor parte de los costes de restructuración tuvieron lugar en el primer semestre del año). Excluyendo el impacto de los costes de restructuración, el Ebitda habría caído un 5,4%.

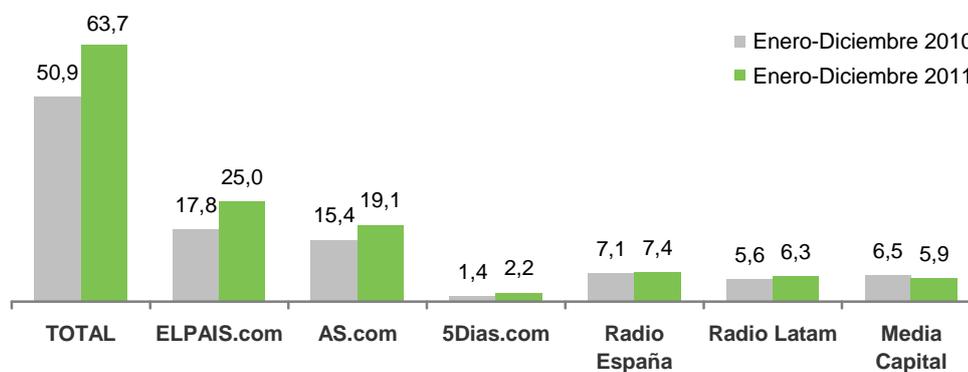
Adicionalmente, la división de Prensa recoge un **deterioro del fondo de comercio** de 7,75 millones de euros, que no tienen impacto a nivel grupo, correspondientes al fondo de comercio generado en el traspaso de la participación en revistas de Portugal.

Área Digital

La actividad digital del Grupo ha alcanzado en 2011 unos ingresos de 55,06 millones de euros, lo que supone un incremento del 6,7% respecto al ejercicio anterior (en línea con el crecimiento mostrado en los nueve primeros meses del año).

Los ingresos procedentes de la publicidad de esta área han alcanzado los 31,01 millones de euros, lo que supone un incremento del 19,1% respecto al año anterior, mejorando el incremento del 16,8% observado en los primeros nueve meses del año. Dentro del mercado publicitario en España, el segmento de Internet es el único que ha crecido de manera significativa.

El impulso que está llevando a cabo el grupo en todo el área digital de cada uno de sus negocios está teniendo un claro reflejo en el incremento de tráfico, que durante el año ha sido del 25,3% respecto al ejercicio anterior. La evolución de la media mensual de navegadores únicos del Grupo, en millones, ha sido la siguiente:



Fuente: Omniture site catalyst, Netscope y Certifica.com.

El Grupo continúa impulsando su desarrollo digital de manera transversal en todas sus unidades de negocio con un modelo muy orientado al consumidor para poder ofrecer propuestas de mercado más atractivas y valiosas para los anunciantes y vender sus productos de manera más adecuada, además de buscar nuevas líneas de desarrollo de negocio.

Plan de eficiencia

Desde Diciembre 2010, el Grupo Prisa ha llevado a cabo un **plan de reestructuración** con el objetivo de conseguir un correcto dimensionamiento de los equipos, racionalización de recursos y homogeneización y centralización de procesos de naturaleza global. Dicha reestructuración contempla diferentes medidas, como externalizaciones, bajas incentivadas o jubilaciones anticipadas.

El plan de reestructuración se ha completado en 2011, cuando se han registrado como gasto por indemnizaciones 77,2 millones de euros con cargo a este plan.

Incluyendo los gastos de 2010 y el coste con cargo a reservas, desde su inicio el plan de reestructuración ha alcanzado un coste por indemnizaciones de 94,8 millones de euros, que deberían suponer unos ahorros anualizados de 64,5 millones de euros.

Evolución previsible

A pesar de la debilidad económica que están atravesando España y Portugal, Prisa ha mantenido un comportamiento operativo sólido durante 2011. Esto se ha debido principalmente a la fortaleza operativa de negocios como Educación y la Televisión de pago que han demostrado que son capaces de crecer incluso en las circunstancias más adversas, a la diversificación geográfica de sus negocios que cuentan ya con una contribución internacional de más del 32% de sus ingresos, y a un gran esfuerzo de control de costes y mejora de la eficiencia operativa que está llevando a cabo Prisa desde finales de 2010.

El sector de medios de comunicación, muy sensible a la evolución de las principales variables macroeconómicas (PIB) y en especial al ciclo publicitario, se ha mantenido débil a lo largo de 2011, con una caída estimada del 8,2% según el informe de i2P. La previsión de esta misma fuente (i2P) para el año 2012 es de una caída del 5,8%. Sin embargo, la exposición de Grupo Prisa a la evolución del mercado publicitario es limitada, debido a la diversificación de sus fuentes de ingresos, representando los ingresos publicitarios tan sólo un 22,8% del total de ingresos en el ejercicio 2011 (comparado con el 24% de 2010), de los cuales un 20% proviene de Latinoamérica.

Prisa cuenta con otros negocios sólidos, independientes del ciclo económico, que siguen demostrando su capacidad de crecimiento, como es el caso de Educación- Editorial, que en el ejercicio 2011 representa ya un 26,4% del total de ingresos del Grupo (frente al 23% en 2010). Este negocio continúa mostrando buenas perspectivas de crecimiento, sobre todo en Latinoamérica donde sus ingresos han crecido un 17,6% en 2011, pero también en España donde la campaña de educación ha crecido un 8,6% en 2011. El desarrollo propio de nuevos negocios iniciado en el año 2011, como es el diseño y comercialización de sistemas de educación, abre nuevas perspectivas de crecimiento en el área de Educación.

La otra fuente principal de crecimiento del grupo en 2011 ha sido el negocio de televisión de pago, CANAL+. España se encuentra aún lejos de conseguir la misma penetración de la televisión de pago que sus vecinos europeos, lo cual deja aún un amplio espacio para el crecimiento del sector. Adicionalmente, el cambio de estrategia seguido por Canal+ en los últimos años, que empieza a dar fruto, debería seguir contribuyendo al crecimiento del negocio. La mejora de contenidos tales como el fútbol, donde Canal+ volverá a mostrar la Champions desde 2012, debería suponer un impulso al número de abonados. La mejora tecnológica (el decodificador iPlus, la alta definición) y el cambio en el modo de comercialización del iPlus ha incrementado la penetración del mismo hasta el 29% de los abonados y contribuido a reducir las tasas de cancelación hasta el 13,6% (desde el 15,8% de 2010) y este impacto debería seguir observándose en adelante. Finalmente, los acuerdos alcanzados en 2011 con otros operadores (en especial el alcanzado con Telefónica en agosto 2011 y con Jazztel a finales de 2011) en el marco de la nueva estrategia de multi-distribución de Canal+ deberían contribuir a aumentar el número de abonados desde 2012.

En el actual entorno económico, el esfuerzo de control de costes y mejora de la eficiencia operativa son de vital importancia para mantener la rentabilidad del Grupo. En este contexto, Prisa ha llevado a cabo durante todo el año 2011 un plan de reestructuración que, con una inversión de 94,8 millones de euros, debería suponer unos ahorros anualizados de cerca de 64,5 millones de euros. En adelante se mantendrá el esfuerzo en reducción de costes y se tomarán medidas adicionales para mejorar la eficiencia operativa del Grupo.

Tras un largo proceso de negociación, el Grupo Prisa ha renegociado las condiciones de su deuda financiera, extendiendo los vencimientos de la misma hasta 2014-15 y activando los mecanismos para el ejercicio, en enero de 2012, de 75 millones de warrants por un importe de 150 millones de euros (la mayor parte de los cuales se ha destinado a reducir el endeudamiento del grupo). El proceso de refinanciación ha otorgado al Grupo flexibilidad financiera y le permitirá centrar sus esfuerzos en mejorar operativamente sus negocios.

PRISA es la compañía líder en contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa, gracias a su oferta multicanal de productos de máxima calidad. Presente en 22 países, llega a más de 50 millones de usuarios a través de sus marcas globales, como son *El País*, 40 Principales, Canal+, Santillana o Alfaguara. Como líder en prensa generalista, televisión en abierto y de pago, radio hablada y musical, educación y edición, es uno de los grupos mediáticos más rentables del mundo con un abanico extraordinario de activos.

Para más información:

Grupo Prisa
Departamento de Relación con Inversores

Gran Vía 32, 6ª Planta

Teléfono: +34- 91-330-10-85

Fax: +34- 91-330-10-88

E-mail: ir@prisa.com

www.prisa.com

ANEXOS

- I. Balance de situación**
- II. Posición financiera neta total**
- III. Desglose de Inversiones**
- IV. Estado de flujo de fondos**
- V. Detalle de ingresos de explotación**
 - V.I. Por línea de actividad.
 - V.II Por unidad de negocio.
 - V.III. Por origen geográfico.
- VI. Datos financieros acumulados por unidad de negocio**
 - VI.I. Desglose de ingresos de explotación.
 - VI.II Desglose de ingresos publicitarios.
 - VI.III. Desglose de gastos de explotación.
 - VI.IV. Desglose de EBITDA.
 - VI.V. Desglose de EBIT
- VII. Datos financieros trimestrales por unidad de negocio**
 - VII.I. Desglose de ingresos de explotación.
 - VII.II Desglose de ingresos publicitarios.
 - VII.III. Desglose de gastos de explotación.
 - VII.IV. Desglose de EBITDA.
 - VII.V. Desglose de EBIT
- VIII. Otros hechos significativos**
- IX. Estructura del Grupo**
- X. Conciliación entre EBITDA y EBIT**

Anexo I. BALANCE DE SITUACIÓN

Millones de euros	ACTIVO	
	31/12/2011	31/12/2010
ACTIVO NO CORRIENTE	6.178,70	6.293,49
Inmovilizado material	307,44	295,56
Fondo de comercio	3.645,08	3.903,51
Inmovilizado inmaterial	331,26	360,51
Inversiones financieras no corrientes	121,69	70,61
Sociedades puestas en equivalencia	604,08	613,54
Activos por impuestos diferidos	1.166,69	1.046,03
Otros activos no corrientes	2,46	3,72
ACTIVOS CORRIENTES	1.699,70	1.854,31
Existencias	275,40	203,15
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1.269,64	1.245,91
Inversiones financieras corrientes	56,49	160,26
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	98,16	244,99
ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	0,13	3,65
TOTAL ACTIVO	7.878,52	8.151,45

Millones de euros	PASIVO	
	31/12/2011	31/12/2010
PATRIMONIO NETO	2.218,04	2.650,19
Capital suscrito	84,79	84,70
Reservas	1.991,39	2.007,70
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	(451,22)	(72,87)
Socios Externos	593,08	630,66
PASIVOS NO CORRIENTES	3.882,33	3.526,50
Deudas con entidades de crédito	3.176,49	2.931,19
Otros pasivos financieros no corrientes	302,86	362,75
Pasivos por impuestos diferidos	30,41	28,56
Provisiones	356,52	185,59
Otros pasivos no corrientes	16,05	18,41
PASIVOS CORRIENTES	1.778,16	1.974,77
Deudas con entidades de crédito	223,63	411,11
Otros pasivos financieros corrientes	89,32	17,79
Acreedores comerciales	1.180,07	1.234,85
Otras deudas corrientes	252,77	280,63
Ajustes por periodificación	32,37	30,40
TOTAL PASIVO	7.878,52	8.151,45

Anexo II. POSICIÓN FINANCIERA NETA TOTAL

Millones de euros		
POSICIÓN FINANCIERA NETA	31/12/2011	31/12/2010
Prisa (incluye Media Capital)	3.200,93	3.069,14
Prisa TV	44,53	(132,09)
Deuda neta bancaria	3.245,46	2.937,05
Otra deuda financiera	288,11	275,74
Deuda neta total	3.533,58	3.212,79

En el epígrafe de “Otra deuda financiera” se incluyen 110,916 millones de euros correspondientes al pasivo registrado como consecuencia de la obligación generada por el dividendo anual preferente comprometido con DLJ, así como un pasivo por 177,197 millones de euros por el valor actual del dividendo comprometido con los titulares de las acciones convertibles sin voto emitidas por la sociedad en el marco de la operación de refuerzo de capital.

Anexo III. DESGLOSE DE INVERSIONES

Millones de euros	CAPEX 2011	Inmovilizado financiero 2011	TOTAL 2011
Audiovisual	116,38	10,37	126,75
Prisa TV	107,82	7,12	114,94
Media Capital	8,56	3,25	11,81
Educacion- Editorial	67,45	---	67,45
Radio	8,13	0,43	8,56
Radio España	2,86	0,43	3,29
Radio Internacional	5,11	---	5,11
Musica	0,16	---	0,16
Prensa	3,71	0,33	4,04
El País	2,26	---	2,26
AS	0,72	---	0,72
Cinco Días	0,17	---	0,17
Otros	0,57	0,33	0,90
Otros	22,31	0,83	23,14
Digital	19,38	0,13	19,51
Prisa	2,09	---	2,09
Otros	0,85	0,70	1,54
Total	217,98	11,95	229,93

El Capex de **Prisa TV** incluye la adquisición de descodificadores y tarjetas digitales como consecuencia del cambio en el modelo de comercialización del iPlus, desde un modelo de venta a uno de cesión con cobro de una cuota. Adicionalmente destacan los costes incurridos en los procesos de instalación y alta

de nuevos abonados y las inversiones en nuevos proyectos tecnológicos para prestar servicios de televisión. El Capex de **Educación** corresponde no sólo a la inversión en la producción de libros de texto, sino también a la inversión en los Sistemas de Educación que Santillana está implantando en Latinoamérica. En el área **Digital** destaca la inversión en Capex para la creación de una nueva plataforma digital multimedia para integrar los contenidos de las diferentes unidades de negocio, mejorar el conocimiento de los consumidores y crear nuevos modelos de negocios basados en la segmentación y en el servicio a las comunidades en red.

Anexo IV. ESTADO DE FLUJOS DE FONDOS

Millones de euros	31/12/2011	31/12/2010
EBITDA	436,91	596,33
Provisiones	(45,17)	(37,21)
Variación del circulante	(136,45)	9,86
Cash flow operativo	255,29	568,98
Inversiones operativas	(217,98)	(206,01)
Inversiones financieras	(11,95)	(16,16)
Desinversiones	5,71	59,34
Cash flow de inversión	(224,22)	(162,83)
Pago de intereses	(124,39)	(124,79)
Pago de dividendos	(83,03)	(25,67)
Cobro de dividendos	26,46	-
Financiación a empresas asociadas	(46,89)	-
Ejercicio de warrants	1,77	-
Otros	(24,71)	(19,67)
Cash flow de financiación	(250,80)	(170,12)
Cobro/ pago por impuestos	(52,99)	(31,54)
Otros	(37,44)	(45,15)
Cash flow	(310,16)	159,33
Venta del 10% de Media Capital	23,74	-
Venta 25% Santillana	-	278,62
Venta Canal+ y Cuatro neto de costes	-	911,17
Ampliación de capital neta de costes	-	575,83
Cash flow operaciones especiales	23,74	1.765,62
Cash flow después de operaciones especiales	(286,42)	1.924,95

La variación del circulante en 2011, se debe principalmente a Prisa TV y corresponde a elementos extraordinarios tales como las sentencias de ONO, Espanyol CF y Barcelona CF, el canon de TVE, inversión en descodificadores, pagos de deuda vencida y pagarés atrasados.

El incremento en las inversiones operativas se debe fundamentalmente al cambio en el modelo de comercialización del iPlus por parte de Canal+, a inversión en descodificadores, a la inversión en libros de texto y sistemas de educación de Santillana y a la inversión en la creación de una nueva plataforma digital.

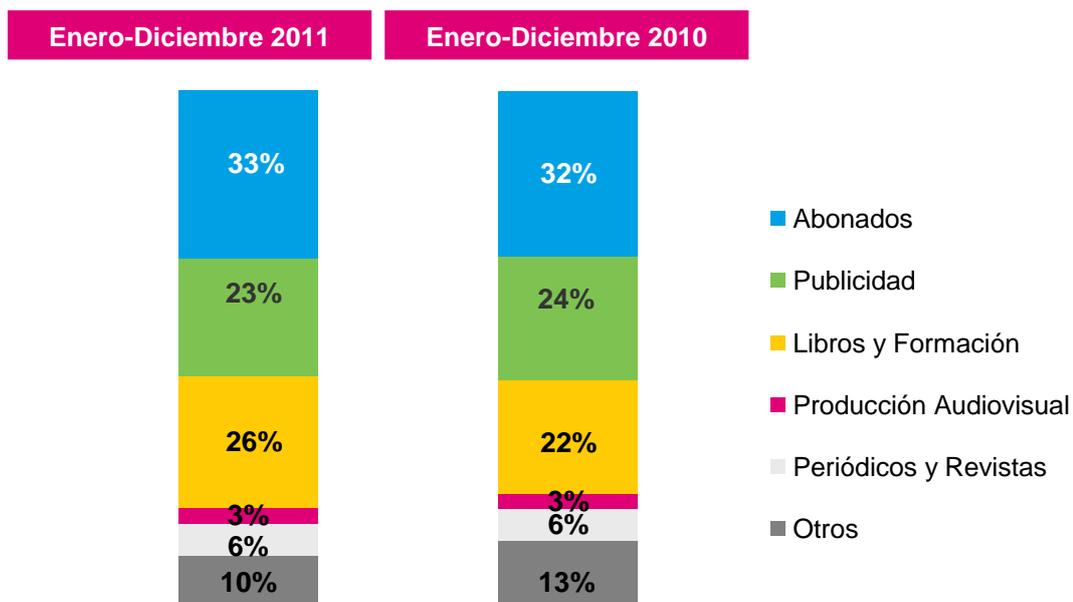
El pago de dividendos en 2011 se corresponde fundamentalmente con el pago a terceros del negocio de Canal+. Por otro lado, el cobro de dividendos se corresponde principalmente con la participación del 17,336% en Mediaset España.

La financiación a empresas asociadas incluye un préstamo otorgado al negocio de impresión.

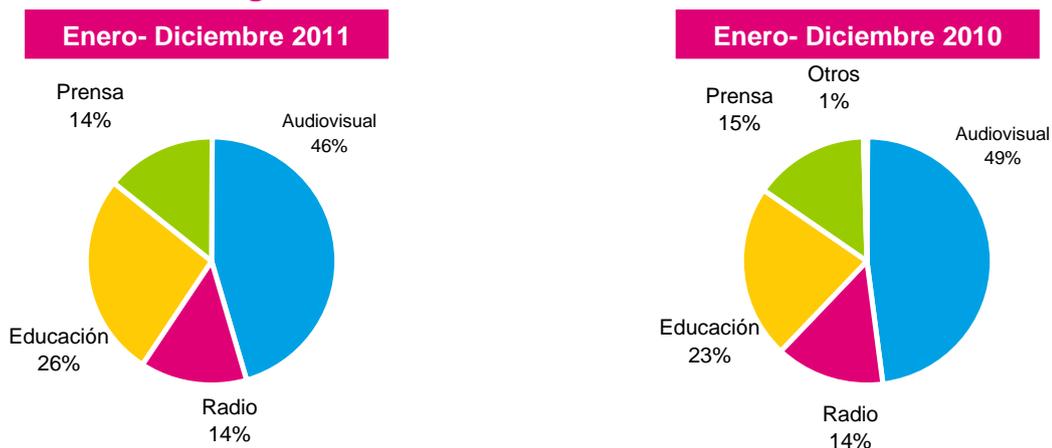
Anexo V. DETALLE DE INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

A continuación se presenta el detalle de los ingresos de explotación por línea de actividad, por unidad de negocio y por origen geográfico:

V.I. Por línea de actividad



V.II. Por unidad de negocio



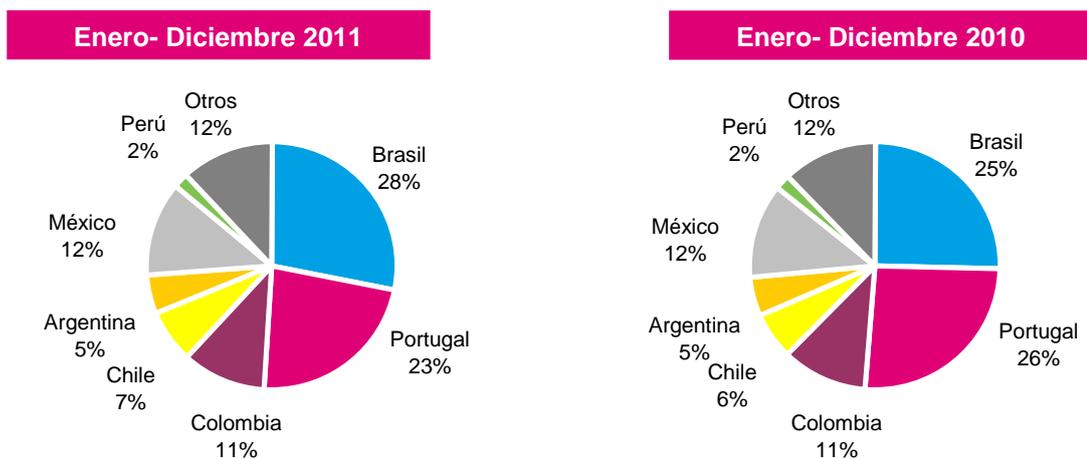
Nota: los ingresos de "Otros" se ven en su mayoría compensados por los ajustes de consolidación a nivel grupo

V.III. Por origen geográfico



En 2011, un 32.2% de los ingresos procede del área internacional (comparado con un 28,1% en 2010), de los cuales un 62,6% corresponde a Santillana, un 21,1% a Media Capital y el resto fundamentalmente a la radio internacional.

En el área internacional los ingresos por países son los siguientes:



En los ingresos procedentes del área internacional, destaca la contribución de Brasil y Portugal (51% del total internacional). El área internacional en su conjunto mantiene un ritmo de crecimiento importante, registrando un crecimiento anual del 10,8%, destacando el fuerte crecimiento de los ingresos procedentes de Latinoamérica (+15,9%).

Anexo VI. DATOS FINANCIEROS ACUMULADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO
VI.I. Ingresos de explotación

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	1.241,19	1.372,40	(9,6%)
Prisa TV *	1.011,28	1.133,99	(10,8%)
Abonados	887,09	913,11	(2,8%)
Publicidad	16,48	17,18	(4,1%)
Otros	107,71	203,70	(47,1%)
Media Capital	224,36	249,01	(9,9%)
Ajustes de consolidación	5,55	(10,60)	152,4%
Educación - Editorial	720,39	642,25	12,2%
España y Portugal	178,95	181,65	(1,5%)
Latam y USA	541,45	460,60	17,6%
Radio	376,77	405,52	(7,1%)
Radio España	230,80	252,91	(8,7%)
Radio Internacional	128,32	118,91	7,9%
Música	26,97	38,18	(29,4%)
Ajustes de consolidación	(9,31)	(4,48)	(107,8%)
Prensa	390,01	420,35	(7,2%)
El País	255,27	275,25	(7,3%)
AS	75,15	82,29	(8,7%)
Cinco Días	15,45	15,32	0,8%
Revistas	32,01	35,94	(10,9%)
Distribución	19,06	18,74	1,7%
Ajustes de consolidación	(6,92)	(7,20)	3,8%
Otros Ingresos	101,60	96,93	4,8%
Prisa Brand Solutions	22,78	21,21	7,4%
Otros**	78,82	75,72	4,1%
Ajustes de consolidación	(105,51)	(114,72)	8,0%
TOTAL	2.724,45	2.822,73	(3,5%)

*Prisa TV incluye los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

VI.II. Publicidad

PUBLICIDAD	ENERO - DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	153,55	166,80	(7,9%)
Prisa TV	16,48	17,18	(4,1%)
Media Capital	137,08	149,62	(8,4%)
Radio	325,61	342,94	(5,1%)
Radio España	204,37	225,04	(9,2%)
Radio Internacional	120,84	114,61	5,4%
Música	0,63	3,45	(81,6%)
Ajustes de consolidación	(0,23)	(0,16)	(45,3%)
Prensa	147,85	172,77	(14,4%)
El País	107,56	126,27	(14,8%)
AS	20,36	23,75	(14,3%)
Cinco Días	8,11	8,74	(7,2%)
Revistas	12,23	14,28	(14,3%)
Ajustes de consolidación	(0,41)	(0,26)	(58,9%)
Otros	2,26	1,18	91,2%
Ajustes de consolidación	(9,20)	(9,99)	7,9%
TOTAL	620,06	673,70	(8,0%)

VI.III. Gastos de explotación

GASTOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	1.119,80	1.177,96	(4,9%)
Prisa TV*	915,71	959,93	(4,6%)
Media Capital	207,52	220,00	(5,7%)
Ajustes de consolidación	(3,43)	(1,96)	(74,4%)
Educación - Editorial	616,41	536,79	14,8%
España y Portugal	159,98	159,17	0,5%
Latam y USA	456,43	377,62	20,9%
Radio	351,59	315,46	11,5%
Radio España	233,38	191,90	21,6%
Radio Internacional	98,73	92,77	6,4%
Música	28,80	35,27	(18,4%)
Ajustes de consolidación	(9,31)	(4,48)	(107,9%)
Prensa	373,53	378,05	(1,2%)
El País	246,34	247,03	(0,3%)
AS	60,88	68,23	(10,8%)
Cinco Días	15,99	15,72	1,7%
Revistas	38,37	34,66	10,7%
Distribución	18,77	18,21	3,0%
Ajustes de consolidación	(6,81)	(5,81)	---
Otros Gastos	169,88	128,10	32,6%
Prisa Brand Solutions	25,56	24,47	4,5%
Otros**	144,32	103,63	39,3%
Ajustes de consolidación	128,98	(49,79)	---
TOTAL	2.760,19	2.486,58	11,0%

* Prisa TV incluye los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Incluye fundamentalmente los negocios corporativos. No se incluyen las provisiones de cartera.

VI.IV. EBITDA

EBITDA	ENERO - DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	234,69	308,78	(24,0%)
% margen	18,9%	22,5%	
Prisa TV*	186,77	269,37	(30,7%)
% margen	18,5%	23,8%	
Media Capital	38,95	48,04	(18,9%)
% margen	17,4%	19,3%	
Ajustes de consolidación	8,98	(8,63)	---
Educación - Editorial	170,20	166,35	2,3%
% margen	23,6%	25,9%	
España y Portugal	42,71	47,97	(11,0%)
% margen	23,9%	26,4%	
Latam y USA	127,49	118,38	7,7%
% margen	23,5%	25,7%	
Radio	51,61	108,07	(52,2%)
% margen	13,7%	26,6%	
Radio España	16,17	71,14	(77,3%)
% margen	7,0%	28,1%	
Radio Internacional	36,14	32,35	11,7%
% margen	28,2%	27,2%	
Música	(0,71)	4,58	(115,5%)
% margen	(2,6%)	12,0%	
Prensa	40,05	57,86	(30,8%)
% margen	10,3%	13,8%	
El País	20,55	38,56	(46,7%)
% margen	8,1%	14,0%	
AS	16,26	15,87	2,5%
% margen	21,6%	19,3%	
Cinco Días	0,06	0,05	16,0%
% margen	0,4%	0,3%	
Revistas	2,21	2,00	10,0%
% margen	6,9%	5,6%	
Distribución	1,05	1,38	(23,9%)
% margen	5,5%	7,4%	
Otros	(59,63)	(44,71)	(33,3%)
Prisa Brand Solutions	(2,23)	(1,63)	(36,2%)
% margen	(9,8%)	(7,7%)	
Otros**	(57,40)	(43,08)	(33,2%)
TOTAL	436,91	596,33	(26,7%)
% margen	16,0%	21,1%	

* Prisa TV incluye los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

** Incluye fundamentalmente los negocios Corporativos.

VI.V. EBIT

EBIT	ENERO - DICIEMBRE		
	2011	2010	Var. %
Millones de euros			
Audiovisual	121,39	194,44	(37,6%)
% margen	9,8%	14,2%	
Prisa TV*	95,57	174,06	(45,1%)
% margen	9,5%	15,3%	
Media Capital	16,84	29,01	(41,9%)
% margen	7,5%	11,6%	
Ajustes de consolidación	8,98	(8,63)	---
Educación - Editorial	103,99	105,46	(1,4%)
% margen	14,4%	16,4%	
España y Portugal	18,97	22,48	(15,6%)
% margen	10,6%	12,4%	
Latam y USA	85,02	82,98	2,5%
% margen	15,7%	18,0%	
Radio	25,18	90,06	(72,0%)
% margen	6,7%	22,2%	
Radio España	(2,58)	61,01	(104,2%)
% margen	(1,1%)	24,1%	
Radio Internacional	29,59	26,14	13,2%
% margen	23,1%	22,0%	
Música	(1,83)	2,92	(162,6%)
% margen	(6,8%)	7,6%	
Prensa	16,48	42,30	(61,0%)
% margen	4,2%	10,1%	
El País	8,93	28,22	(68,4%)
% margen	3,5%	10,3%	
AS	14,28	14,06	1,6%
% margen	19,0%	17,1%	
Cinco Días	(0,54)	(0,40)	(35,8%)
% margen	(3,5%)	(2,6%)	
Revistas	(6,35)	1,27	---
% margen	(19,8%)	3,5%	
Distribución	0,30	0,53	(44,0%)
% margen	1,6%	2,8%	
Otros	(302,77)	(96,11)	---
Prisa Brand Solutions	(2,78)	(3,26)	14,7%
% margen	(12,2%)	(15,4%)	
Otros**	(299,99)	(92,85)	---
TOTAL	(35,74)	336,15	(110,6%)
% margen	(1,3%)	11,9%	

* Prisa TV incluye los datos procedentes tanto del negocio de TV de Pago como de otras actividades relacionadas.

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

Anexo VII. DATOS FINANCIEROS TRIMESTRALES POR UNIDAD DE NEGOCIO
VII.I. Ingresos de explotación

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	2011*				2010*				%Var. 2011/2010			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Millones de euros												
Audiovisual	313,67	319,24	297,49	310,79	356,07	331,14	302,30	382,89	(11,9%)	(3,6%)	(1,6%)	(18,8%)
Prisa TV	254,21	252,00	250,02	255,05	300,92	266,32	250,28	316,48	(15,5%)	(5,4%)	(0,1%)	(19,4%)
Abonados	224,88	223,32	215,14	223,76	234,42	231,03	223,23	224,44	(4,1%)	(3,3%)	(3,6%)	(0,3%)
Publicidad	4,20	4,32	2,86	5,10	3,96	5,15	3,18	4,90	6,3%	(16,2%)	(10,1%)	4,1%
Otros	25,13	24,36	32,03	26,19	62,54	30,14	23,88	87,14	(59,8%)	(19,2%)	34,1%	(69,9%)
Media Capital	53,55	64,46	49,27	57,08	55,24	65,21	52,37	76,19	(3,1%)	(1,2%)	(5,9%)	(25,1%)
Ajustes de consolidación	5,91	2,78	(1,80)	(1,33)	(0,09)	(0,39)	(0,34)	(9,77)	---	---	---	86,4%
Educación - Editorial	185,78	133,23	229,82	171,56	164,76	135,30	197,40	144,79	12,8%	(1,5%)	16,4%	18,5%
España y Portugal	6,09	54,29	117,81	0,76	16,07	53,22	107,35	5,01	(62,1%)	2,0%	9,7%	(84,9%)
Latam y USA	179,69	78,94	112,02	170,80	148,69	82,08	90,06	139,77	20,8%	(3,8%)	24,4%	22,2%
Radio	83,42	101,63	84,43	107,30	83,38	114,09	90,13	117,92	0,0%	(10,9%)	(6,3%)	(9,0%)
Radio España	56,89	67,19	45,02	61,70	56,92	72,90	49,81	73,28	(0,1%)	(7,8%)	(9,6%)	(15,8%)
Radio Internacional	26,29	31,50	33,13	37,40	21,99	31,28	30,27	35,37	19,5%	0,7%	9,5%	5,7%
Música	2,89	4,91	8,19	10,98	5,67	10,70	10,72	11,08	(49,0%)	(54,1%)	(23,7%)	(0,9%)
Ajustes de consolidación	(2,65)	(1,97)	(1,91)	(2,78)	(1,21)	(0,80)	(0,67)	(1,81)	(119,8%)	(146,7%)	(184,1%)	(54,1%)
Prensa	109,75	103,28	80,03	96,95	100,70	114,56	92,26	112,84	9,0%	(9,8%)	(13,3%)	(14,1%)
El País	75,53	65,65	50,18	63,91	67,05	76,65	54,95	76,61	12,6%	(14,3%)	(8,7%)	(16,6%)
AS	18,85	20,93	17,66	17,71	18,49	21,24	23,85	18,72	2,0%	(1,4%)	(26,0%)	(5,4%)
Cinco Días	4,27	4,80	2,80	3,58	3,92	4,31	3,03	4,06	8,9%	11,4%	(7,7%)	(11,8%)
Revistas	8,02	8,43	6,40	9,17	8,37	8,53	7,40	11,64	(4,2%)	(1,2%)	(13,5%)	(21,3%)
Distribución	4,49	4,89	4,76	4,92	4,26	5,07	4,44	4,97	5,2%	(3,6%)	7,3%	(0,9%)
Ajustes de consolidación	(1,41)	(1,42)	(1,77)	(2,33)	(1,40)	(1,23)	(1,41)	(3,16)	(0,5%)	(14,9%)	(25,6%)	26,1%
Otros Ingresos	25,60	26,55	25,60	23,84	16,12	27,20	22,87	30,75	58,9%	(2,4%)	11,9%	(22,5%)
Prisa Brand Solutions	6,30	6,07	6,03	4,38	2,97	9,21	3,72	5,31	112,5%	(34,2%)	62,3%	(17,5%)
Otros	19,30	20,49	19,57	19,46	13,15	17,98	19,15	25,43	46,8%	13,9%	2,2%	(23,5%)
Ajustes de consolidación	(27,52)	(24,37)	(29,11)	(24,51)	(12,80)	(21,81)	(25,60)	(54,51)	(115,1%)	(11,8%)	(13,7%)	55,0%
TOTAL	690,93	659,84	687,75	685,93	708,33	700,64	679,09	734,68	(2,5%)	(5,8%)	1,3%	(6,6%)

*La distribución se ha consolidado en Prensa

VII.II. Publicidad

PUBLICIDAD	2011				2010				%Var. 2011/2010			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Millones de euros												
Audiovisual	35,32	43,87	31,89	42,47	36,47	45,95	35,03	49,36	(3,1%)	(4,5%)	(9,0%)	(14,0%)
Prisa TV	4,20	4,32	2,86	5,10	3,96	5,15	3,18	4,89	6,3%	(16,2%)	(10,2%)	4,2%
Media Capital	31,12	39,55	29,03	37,37	32,51	40,79	31,85	44,47	(4,3%)	(3,0%)	(8,8%)	(15,9%)
Radio	74,13	87,67	72,08	91,74	73,45	98,49	74,13	96,87	0,9%	(11,0%)	(2,8%)	(5,3%)
Radio España	49,54	58,37	40,58	55,89	51,55	67,10	43,96	62,44	(3,9%)	(13,0%)	(7,7%)	(10,5%)
Radio Internacional	24,50	29,14	31,54	35,65	21,27	30,23	29,39	33,72	15,2%	(3,6%)	7,3%	5,7%
Música	0,12	0,27	0,05	0,19	0,64	1,22	0,83	0,76	(80,7%)	(78,2%)	(93,5%)	(75,1%)
Ajustes de consolidación	(0,04)	(0,10)	(0,09)	0,01	(0,00)	(0,06)	(0,05)	(0,05)	---	(72,1%)	(100,0%)	112,8%
Prensa	36,36	41,72	25,53	44,23	39,74	51,11	28,79	53,13	(8,5%)	(18,4%)	(11,3%)	(16,8%)
El País	26,51	30,53	18,47	32,06	30,27	37,11	20,15	38,74	(12,4%)	(17,7%)	(8,4%)	(17,3%)
AS	4,66	5,59	4,04	6,06	4,61	7,41	4,75	6,98	1,1%	(24,5%)	(15,0%)	(13,1%)
Cinco Días	2,31	2,37	1,35	2,09	2,23	2,59	1,44	2,47	3,5%	(8,7%)	(6,3%)	(15,6%)
Revistas	2,98	3,26	1,83	4,16	2,87	3,86	2,43	5,11	3,7%	(15,7%)	(24,6%)	(18,6%)
Ajustes de consolidación	(0,10)	(0,02)	(0,15)	(0,14)	(0,24)	0,14	0,01	(0,17)	59,9%	(115,1%)	---	18,6%
Otros	0,59	0,63	0,55	0,49	0,55	0,21	0,06	0,36	7,8%	---	---	35,7%
Ajustes de consolidación	(2,39)	(2,04)	(2,22)	(2,55)	(1,70)	(1,64)	(2,36)	(4,29)	(40,6%)	(24,4%)	5,9%	40,6%
TOTAL	144,01	171,86	127,82	176,38	148,51	194,12	135,64	195,43	(3,0%)	(11,5%)	(5,8%)	(9,7%)

VII.III. Gastos de explotación

GASTOS DE EXPLOTACIÓN	2011*				2010*				%Var. 2011/2010			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Millones de euros												
Audiovisual	303,55	270,19	247,54	298,52	305,69	284,66	249,09	338,52	(0,7%)	(5,1%)	(0,6%)	(11,8%)
Prisa TV	254,16	218,45	201,92	241,17	253,78	231,28	200,40	274,47	0,1%	(5,5%)	0,8%	(12,1%)
Media Capital	49,58	51,84	47,42	58,68	52,00	53,78	49,04	65,19	(4,7%)	(3,6%)	(3,3%)	(10,0%)
Ajustes de consolidación	(0,19)	(0,10)	(1,80)	(1,33)	(0,09)	(0,39)	(0,34)	(1,14)	(101,1%)	73,7%	---	(17,2%)
Educación - Editorial	135,99	137,48	173,67	169,27	117,54	132,19	147,00	140,07	15,7%	4,0%	18,1%	20,8%
España y Portugal	26,91	43,85	70,76	18,46	28,47	43,97	64,64	22,09	(5,5%)	(0,3%)	9,5%	(16,4%)
Latam y USA	109,07	93,63	102,91	150,81	89,07	88,21	82,36	117,98	22,5%	6,1%	25,0%	27,8%
Radio	73,57	85,02	83,72	109,28	70,45	83,86	78,12	83,03	4,4%	1,4%	7,2%	31,6%
Radio España	49,31	57,83	52,00	74,23	45,02	51,50	43,95	51,43	9,5%	12,3%	18,3%	44,3%
Radio Internacional	23,49	22,99	25,38	26,87	20,89	23,94	24,39	23,55	12,5%	(4,0%)	4,0%	14,1%
Música	3,41	6,16	8,26	10,97	5,75	9,22	10,45	9,85	(40,6%)	(33,1%)	(21,0%)	11,3%
Ajustes de consolidación	(2,65)	(1,97)	(1,91)	(2,78)	(1,21)	(0,80)	(0,67)	(1,80)	(119,5%)	(147,2%)	(184,2%)	(54,1%)
Prensa	110,30	90,30	79,28	93,66	95,68	101,07	89,45	91,86	15,3%	(10,7%)	(11,4%)	2,0%
El País	78,04	59,69	52,39	56,23	62,75	66,47	56,62	61,19	24,4%	(10,2%)	(7,5%)	(8,1%)
AS	15,86	15,87	14,20	14,95	16,84	18,14	18,58	14,68	(5,8%)	(12,5%)	(23,5%)	1,8%
Cinco Días	4,91	3,86	3,40	3,82	4,08	4,12	3,70	3,83	20,5%	(6,3%)	(8,2%)	(0,1%)
Revistas	8,45	7,30	6,57	16,05	8,71	8,23	7,60	10,13	(2,9%)	(11,3%)	(13,5%)	58,4%
Distribución	4,42	4,44	4,75	5,16	4,14	4,66	4,44	4,98	6,8%	(4,7%)	7,1%	3,5%
Ajustes de consolidación	(1,38)	(0,85)	(2,04)	(2,54)	(0,83)	(0,54)	(1,49)	(2,95)	(66,9%)	(57,8%)	(36,6%)	13,9%
Otros Gastos	40,90	39,14	38,88	50,97	22,24	32,50	34,93	38,44	83,9%	20,4%	11,3%	32,6%
Prisa Brand Solutions	6,54	6,26	6,55	6,21	2,73	8,69	5,83	7,22	140,0%	(28,0%)	12,4%	(14,1%)
Otros	34,36	32,88	32,33	44,76	19,51	23,81	29,10	31,21	76,1%	38,1%	11,1%	43,4%
Ajustes de consolidación	(26,98)	(26,41)	(28,26)	210,63	(15,36)	(29,66)	(19,29)	14,52	(75,7%)	10,9%	(46,5%)	---
TOTAL	637,55	595,99	594,32	932,33	596,35	604,78	579,49	705,96	6,9%	(1,5%)	2,6%	32,1%

*La distribución se ha consolidado en Prensa.

VII.IV. EBITDA

EBITDA	2011*				2010*				%Var. 2011/2010			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Millones de euros												
Audiovisual	34,92	74,36	75,75	49,66	78,83	73,95	79,29	76,71	(55,7%)	0,6%	(4,5%)	(35,3%)
% margen	11,1%	23,3%	25,5%	16,0%	22,1%	22,3%	26,2%	20,0%				
Prisa TV	21,86	55,83	70,50	38,57	72,60	59,31	72,76	64,71	(69,9%)	(5,9%)	(3,1%)	(40,4%)
% margen	8,6%	22,2%	28,2%	15,1%	24,1%	22,3%	29,1%	20,4%				
Medía Capital	6,96	15,65	5,25	11,09	6,23	14,64	6,53	20,63	11,6%	6,9%	(19,6%)	(46,3%)
% margen	13,0%	24,3%	10,7%	19,4%	11,3%	22,4%	12,5%	27,1%				
Ajustes de consolidación	6,10	2,88	(0,00)	(0,00)	0,00	0,00	(0,00)	(8,63)				
Educación - Editorial	62,81	15,23	86,51	5,65	53,79	19,44	84,98	8,15	16,8%	(21,6%)	1,8%	(30,6%)
% margen	33,8%	11,4%	37,6%	3,3%	32,6%	14,4%	43,0%	5,6%				
España y Portugal	(18,20)	18,23	65,82	(23,14)	(12,54)	16,43	64,58	(20,50)	(45,2%)	11,0%	1,9%	(12,9%)
% margen	(298,7%)	33,6%	55,9%	(3054,4%)	(78,0%)	30,9%	60,2%	(408,9%)				
Latam y USA	81,01	(3,00)	20,69	28,792	66,33	3,01	20,40	28,65	22,1%	(199,9%)	1,4%	0,5%
% margen	45,1%	(3,8%)	18,5%	16,9%	44,6%	3,7%	22,7%	20,5%				
Radio	14,62	22,80	5,09	9,10	16,76	34,67	16,53	40,10	(12,8%)	(34,2%)	(69,2%)	(77,3%)
% margen	17,5%	22,4%	6,0%	8,5%	20,1%	30,4%	18,3%	34,0%				
Radio España	10,64	13,57	(4,35)	(3,7)	13,97	23,85	8,42	24,90	(23,8%)	(43,1%)	(151,7%)	(114,8%)
% margen	18,7%	20,2%	(9,7%)	(6,0%)	24,5%	32,7%	16,9%	34,0%				
Radio Internacional	4,18	10,22	9,39	12,35	2,50	8,95	7,42	13,48	67,3%	14,2%	26,5%	(8,4%)
% margen	15,9%	32,4%	28,3%	33,0%	11,4%	28,6%	24,5%	38,1%				
Música	(0,21)	(0,99)	0,05	0,44	0,29	1,87	0,692	1,722	(170,5%)	(152,8%)	(92,9%)	(74,6%)
% margen	(7,1%)	(20,2%)	0,6%	4,0%	5,1%	17,5%	6,5%	15,5%				
Prensa	2,41	15,93	3,98	17,73	7,75	17,63	5,90	26,58	(68,9%)	(9,7%)	(32,6%)	(33,3%)
% margen	2,2%	14,8%	5,0%	18,3%	7,7%	15,6%	6,6%	24,2%				
El País	(0,16)	8,26	0,41	12,05	6,47	12,45	0,74	18,90	(102,5%)	(33,7%)	(45,2%)	(36,3%)
% margen	(0,2%)	12,6%	0,8%	18,9%	9,6%	16,2%	1,4%	24,7%				
AS	3,32	5,38	3,78	3,79	1,84	3,38	5,62	5,03	80,6%	59,2%	(32,8%)	(24,6%)
% margen	17,6%	25,7%	21,4%	21,4%	9,9%	15,9%	23,6%	26,9%				
Cinco Días	(0,56)	1,04	(0,5)	0,09	(0,11)	0,26	(0,57)	0,47	---	---	8,8%	(80,5%)
% margen	(13,1%)	21,8%	(18,5%)	2,5%	(2,7%)	6,0%	(18,7%)	11,5%				
Revistas	(0,38)	1,224	(0,12)	1,48	(0,27)	0,42	(0,12)	1,979	(39,8%)	193,5%	(0,0%)	(25,1%)
% margen	(4,8%)	14,5%	(1,8%)	16,2%	(3,3%)	4,9%	(1,6%)	17,0%				
Distribución	0,21	0,59	0,15	0,10	0,30	0,55	0,13	0,40	(30,0%)	7,3%	16,2%	(75,6%)
% margen	4,7%	12,1%	3,2%	2,0%	7,1%	10,8%	3,0%	8,0%				
Otros	(14,32)	(8,55)	(11,83)	(24,92)	(2,37)	3,23	(16,12)	(29,46)	---	---	26,6%	15,4%
Prisa Brand Solutions	(0,10)	(0,06)	(0,38)	(1,69)	0,33	0,77	(1,73)	(1,00)	(132,0%)	(107,4%)	78,2%	(68,6%)
% margen	(1,7%)	(0,9%)	(6,2%)	(38,5%)	11,0%	8,4%	(46,6%)	(18,8%)				
Otros	(14,22)	(8,50)	(11,46)	(23,23)	(2,69)	2,46	(14,4)	(28,5)	---	---	20,4%	18,4%
TOTAL	100,43	119,78	159,49	57,22	154,75	148,92	170,59	122,07	(35,1%)	(19,6%)	(6,5%)	(53,1%)
% margen	14,5%	18,2%	23,2%	8,3%	21,8%	21,3%	25,1%	16,6%				

*La distribución se ha consolidado en Prensa.

VII.V. EBIT

EBIT	2011*				2010*				%Var. 2011/2010				
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	
Millones de euros													
Audiovisual	10,11	49,05	49,95	12,28	50,38	46,48	53,21	44,38	(79,9%)	5,5%	(6,1%)	(72,3%)	
% margen	3,2%	15,4%	16,8%	4,0%	14,1%	14,0%	17,6%	11,6%					
Prisa TV	0,05	33,55	48,10	13,88	47,13	35,04	49,88	42,01	(99,9%)	(4,3%)	(3,6%)	(67,0%)	
% margen	0,0%	13,3%	19,2%	5,4%	15,7%	13,2%	19,9%	13,3%	22,4%	10,4%	(44,5%)	(114,6%)	
Media Capital	3,97	12,62	1,85	(1,60)	3,25	11,43	3,33	11,00					
% margen	7,4%	19,6%	3,7%	(2,8%)	5,9%	17,5%	6,4%	14,4%					
Ajustes de consolidación	6,10	2,88	(0,0)	0,00	0,00	0,00	0,00	(8,6)					
Educación - Editorial	49,80	(4,25)	56,15	2,29	47,22	3,12	50,41	4,72	5,5%	---	11,4%	(51,5%)	
% margen	26,8%	(3,2%)	24,4%	1,3%	28,7%	2,3%	25,5%	3,3%					
España y Portugal	(20,82)	10,44	47,05	(17,70)	(12,40)	9,25	42,71	(17,08)	(68,0%)	12,9%	10,2%	(3,7%)	
% margen	(341,6%)	19,2%	39,9%	(2336,4%)	(77,1%)	17,4%	39,8%	(340,6%)					
Latam y USA	70,62	(14,69)	9,11	19,99	59,62	(6,13)	7,70	21,79	18,5%	(139,6%)	18,2%	(8,3%)	
% margen	39,3%	(18,6%)	8,1%	11,7%	40,1%	(7,5%)	8,6%	15,6%					
Radio	9,85	16,62	0,71	(1,99)	12,93	30,23	12,01	34,89	(23,8%)	(45,0%)	(94,1%)	(105,7%)	
% margen	11,8%	16,3%	0,8%	(1,9%)	15,5%	26,5%	13,3%	29,6%					
Radio España	7,58	9,36	(6,98)	(12,53)	11,90	21,40	5,86	21,84	(36,3%)	(56,3%)	---	(157,4%)	
% margen	13,3%	13,9%	(15,5%)	(20,3%)	20,9%	29,4%	11,8%	29,8%					
Radio Internacional	2,79	8,51	7,76	10,53	1,11	7,34	5,88	11,81	151,5%	16,0%	32,0%	(10,9%)	
% margen	10,6%	27,0%	23,4%	28,2%	5,0%	23,5%	19,4%	33,4%					
Música	(0,52)	(1,26)	(0,07)	0,01	(0,08)	1,49	0,27	1,24	---	---	(124,9%)	(98,8%)	
% margen	(18,0%)	(25,6%)	(0,8%)	0,1%	(1,3%)	13,9%	2,5%	11,2%					
Prensa	(0,54)	12,98	0,76	3,29	5,02	13,49	2,81	20,98	(110,8%)	(3,8%)	(73,1%)	(84,3%)	
% margen	(0,6%)	12,1%	0,9%	3,4%	5,1%	11,9%	3,2%	19,4%					
El País	(2,51)	5,97	(2,21)	7,67	4,30	10,18	(1,68)	15,41	(158,2%)	(41,4%)	(31,7%)	(50,2%)	
% margen	(3,3%)	9,1%	(4,4%)	12,0%	6,4%	13,3%	(3,1%)	20,1%					
AS	2,99	5,07	3,46	2,76	1,65	3,11	5,27	4,03	81,4%	63,3%	(34,5%)	(31,5%)	
% margen	15,8%	24,2%	19,6%	15,6%	8,9%	14,6%	22,1%	21,6%					
Cinco Días	(0,64)	0,94	(0,60)	(0,24)	(0,15)	0,19	(0,67)	0,24	---	---	10,6%	---	
% margen	(14,9%)	19,5%	(21,4%)	(6,8%)	(3,8%)	4,3%	(22,1%)	5,8%					
Revistas	(0,43)	1,13	(0,17)	(6,88)	(0,34)	0,30	(0,20)	1,51	(29,2%)	---	13,9%	---	
% margen	(5,4%)	13,4%	(2,7%)	(75,0%)	(4,0%)	3,5%	(2,7%)	13,0%					
Distribución	0,07	0,45	0,01	(0,23)	0,13	0,41	0,00	(0,01)	(45,0%)	8,5%	---	---	
% margen	1,5%	9,2%	0,2%	(4,8%)	3,0%	8,2%	0,0%	(0,3%)					
Otros	(15,84)	(10,54)	(14,13)	(262,27)	(3,57)	2,55	(18,79)	(76,29)	---	---	24,8%	---	
Prisa Brand Solutions	(0,24)	(0,20)	(0,52)	(1,83)	0,24	0,52	(2,11)	(1,91)	---	(137,6%)	75,5%	4,3%	
% margen	(3,8%)	(3,2%)	(8,6%)	(41,7%)	8,1%	5,6%	(56,8%)	(35,9%)					
Otros	(15,60)	(10,34)	(13,61)	(260,44)	(3,81)	2,03	(16,68)	(74,38)	---	---	18,4%	---	
TOTAL	53,38	63,85	93,43	(246,40)	111,98	95,86	99,65	28,66	(52,3%)	(33,4%)	(6,2%)	---	
% margen	7,7%	9,7%	13,6%	-35,9%	15,8%	13,7%	14,7%	9,6%					

*La distribución se ha consolidado en Prensa.

Anexo VIII. OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

- 1) Prisa firma un acuerdo con PortQuay West I B.V., empresa controlada por Miguel Paes do Amaral, para la **venta de un 10% de Media Capital** por 34,99 millones de euros (4,14 euros por acción), habiéndose hecho efectivo el pago del 70% de este importe y aplazándose el 30% restante. Miguel Paes podrá elevar su participación en un 19,69% adicional al mismo precio en el plazo de un año. En caso de no ejercitarse esta opción, Prisa tiene el derecho de recuperar la participación vendida actualmente.
- 2) Canal+ adquiere los derechos de emisión de la "**UEFA Champions League**" y de la **Supercopa de la UEFA** a partir de agosto de 2012 por un periodo de tres temporadas.
- 3) Durante 2011, como consecuencia de la **ejecución parcial de la ampliación de capital dineraria**, Prisa amplía capital en 883.138 acciones ordinarias de clase A, lo que se corresponde con las doce primeras ventanas de ejercicio de los warrants de Prisa (ejercicio de 883.138 warrants a un precio de 2 euros por acción).

Adicionalmente, durante 2011 se ha ejercitado el **derecho de conversión** de titulares de un total de 14.776.160 acciones clase B en igual número de acciones Clase A.

- 4) Prisa ha repartido un dividendo bruto de 0,014863 euros por cada acción sin voto convertible de la clase B con cargo al beneficio del ejercicio 2010. Este importe bruto es el resultado de prorratear el dividendo mínimo anual (0,175€) y considerar la fecha de emisión de dichas acciones (1 de diciembre de 2010). El pago del importe, del que se ha deducido la retención fiscal pertinente, se ha satisfecho en efectivo el día 29 de septiembre de 2011 a los titulares de acciones de la Clase B al cierre de la sesión bursátil del 28 de septiembre de 2011.
- 5) **El Juzgado de Primera Instancia nº 36 de Madrid** despachó en junio de 2010 la ejecución provisional de la sentencia dictada en marzo de ese año, pendiente actualmente de recurso ante la Audiencia Provincial de Madrid, ordenando a Mediapro pagar 105 millones de euros a AVS, filial de Sogecable, más 31 millones de intereses y gastos del proceso y a entregar los derechos de los clubes de fútbol de Primera y Segunda División de la Liga española a AVS.

Tras la declaración de insolvencia y concurso de acreedores por parte de Mediapro, que suspende la ejecución de la referida Sentencia, AVS ha solicitado en el procedimiento concursal la restitución de dichos derechos audiovisuales de los clubes de fútbol. Los administradores concursales rechazaron la solicitud. Reproducida la petición ante el Juez encargado del Concurso, éste ha desestimado igualmente la petición. AVS ha presentado un recurso de apelación, que se halla pendiente de resolución ante la Audiencia Provincial de Barcelona. Simultáneamente, con carácter subsidiario, AVS ha comunicado el crédito del equivalente pecuniario de dicha devolución, por importe de 122 millones de euros, que los administradores concursales han reconocido hasta el momento con carácter contingente. El Juzgado ha desestimado la solicitud de AVS de su calificación como ordinario, pendiente ahora de decisión por la Audiencia Provincial de Barcelona.

En definitiva, el importe total de los créditos que los administradores concursales han reconocido a AVS asciende a más de 330 millones de euros (97, 3 como crédito ordinario, 7,6 como subordinado y 225 como créditos contingentes -que incluyen, además de los 122 citados en el párrafo anterior, el importe correspondiente a la misma reclamación que ha dado lugar a la sentencia indicada antes, por el periodo desde febrero de 2008 hasta junio de 2009). Este reconocimiento no es firme porque están pendientes de solución diversos incidentes concursales sobre la calificación de los créditos ante la Audiencia Provincial de Barcelona, que AVS reclama como ordinarios, una vez que el Juzgado ha desestimado inicialmente la solicitud de AVS en este sentido.

El día 23 de diciembre de 2011 el Juzgado Mercantil 7 de Barcelona dictó sentencia desestimando la oposición formulada por AVS, y aprobó la propuesta anticipada de convenio cesando los efectos del concurso. AVS ha presentado recurso de apelación contra la sentencia del Juzgado Mercantil 7 de Barcelona, y simultáneamente contra todas las resoluciones dictadas en el curso del Convenio, que conforme a lo dispuesto en la Ley Concursal son recurribles en la actual fase procesal, y que han desestimado los incidentes promovidos por AVS destinados a la correcta integración de la masa activa y pasiva del concurso. Estos recursos están actualmente pendientes de resolución ante la Audiencia Provincial de Barcelona.

- 6) PRISA anunció en diciembre de 2011 el cierre de los acuerdos de **refinanciación de su deuda financiera**, que comprende el préstamo sindicado de 19 de mayo de 2006, el crédito puente de 20 de diciembre de 2007, el préstamo subordinado de 20 de diciembre de 2007 y una serie de préstamos bilaterales, y que se terminó de formalizar en los primeros días de enero de 2012.

Las condiciones de la refinanciación son las siguientes:

- a. El **préstamo sindicado** se transforma en un préstamo *bullet* con vencimiento el 19 de marzo de 2014. Además, en función del cumplimiento de ciertos hitos, como por ejemplo, la emisión de un bono, se podrá prorrogar su vencimiento hasta 19 de diciembre de 2014.
 - b. El vencimiento del **préstamo puente**, que no dispone de amortizaciones parciales, y los **créditos bilaterales** se extienden hasta 15 de enero de 2015. También en función del cumplimiento de los mismos hitos, se podrá extender el vencimiento de estos préstamos hasta 19 de septiembre de 2015.
 - c. **El préstamo subordinado** se extiende hasta 16 de enero de 2015, y 20 de septiembre de 2015, cuando se den las condiciones de extensión de los otros préstamos.
- 7) Con la aprobación del proceso de refinanciación, se pusieron en marcha los mecanismos de conversión de 75 millones de Warrants por parte de Timón, socio de referencia de PRISA, y los Sres. D. Martin Franklin y D. Nicolas Berggruen, por importe de 150.000.000 euros, en acciones de la Sociedad, con cuya formalización y desembolso entrarán en vigor los nuevos términos de la deuda de PRISA.

Anexo IX. ESTRUCTURA DEL GRUPO

Las actividades del Grupo Prisa 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* 	<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 • Distribución

Desde el 3T de 2011, el negocio de Distribución se incluye dentro del área de Prensa. Adicionalmente, en el Grupo se incluyen otras actividades correspondientes fundamentalmente a los negocios de comercialización de publicidad e Impresión (Dédalo).

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

Anexo X. Conciliación entre EBITDA y EBIT para 2011 y 2010 proforma.

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:

(Miles de euros)	ENERO-DICIEMBRE	
GRUPO PRISA	2011	2010
EBITDA ajustado	436.914	596.331
Dotación amortizaciones	(171.331)	(170.363)
Provisiones de circulante	(45.171)	(37.210)
Provisiones de inmovilizado	(3.204)	(1.427)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	(252.944)	(51.179)
Resultado de explotación	(35.736)	336.152
AUDIOVISUAL	2011	2010
EBITDA ajustado	234.694	308.777
Dotación amortizaciones	(95.515)	(100.112)
Provisiones de circulante	(8.036)	(11.095)
Provisiones de inmovilizado	(4)	2.234
Pérdidas de valor del fondo de comercio	(9.750)	(5.367)
Resultado de explotación	121.389	194.437
Prisa TV	2011	2010
EBITDA ajustado	186.765	269.372
Dotación amortizaciones	(83.715)	(87.938)
Provisiones de circulante	(7.478)	(9.635)
Provisiones de inmovilizado	0	2.265
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	95.572	174.064
Media Capital	2011	2010
EBITDA ajustado	38.952	48.037
Dotación amortizaciones	(11.800)	(12.174)
Provisiones de circulante	(558)	(1.460)
Provisiones de inmovilizado	(4)	(31)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	(9.750)	(5.367)
Resultado de explotación	16.840	29.005
Otros	2011	2010
EBITDA ajustado	8.977	(8.632)
Dotación amortizaciones	0	0
Provisiones de circulante	0	0
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	8.977	(8.632)

(Miles de euros)

ENERO-DICIEMBRE

EDUCACIÓN	2011	2010
EBITDA ajustado	170.198	166.347
Dotación amortizaciones	(44.816)	(41.714)
Provisiones de circulante	(18.205)	(15.844)
Provisiones de inmovilizado	(3.191)	(3.329)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	103.986	105.460

RADIO	2011	2010
EBITDA ajustado	51.605	108.065
Dotación amortizaciones	(14.664)	(14.328)
Provisiones de circulante	(11.757)	(3.673)
Provisiones de inmovilizado	(1)	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	25.183	90.064

Radio España	2011	2010
EBITDA ajustado	16.173	71.137
Dotación amortizaciones	(8.905)	(7.802)
Provisiones de circulante	(9.848)	(2.329)
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	(2.580)	61.006

Radio Internacional	2011	2010
EBITDA ajustado	36.142	32.347
Dotación amortizaciones	(4.658)	(4.868)
Provisiones de circulante	(1.889)	(1.340)
Provisiones de inmovilizado	(1)	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	29.594	26.139

Otros	2011	2010
EBITDA ajustado	(710)	4.581
Dotación amortizaciones	(1.101)	(1.658)
Provisiones de circulante	(20)	(4)
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	(1.831)	2.919

(Miles de euros)	ENERO-DICIEMBRE	
PRENSA	2011	2010
EBITDA ajustado	40.047	57.859
Dotación amortizaciones	(9.915)	(9.957)
Provisiones de circulante	(5.907)	(4.255)
Provisiones de inmovilizado	(7.745)	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	(1.351)
Resultado de explotación	16.480	42.296
El País	2011	2010
EBITDA ajustado	20.551	38.562
Dotación amortizaciones	(8.213)	(8.443)
Provisiones de circulante	(3.413)	(1.898)
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	8.925	28.221
AS	2011	2010
EBITDA ajustado	16.264	15.865
Dotación amortizaciones	(608)	(390)
Provisiones de circulante	(1.379)	(1.416)
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	14.277	14.059
Cinco Días	2011	2010
EBITDA ajustado	58	50
Dotación amortizaciones	(285)	(228)
Provisiones de circulante	(315)	(221)
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	(542)	(399)
Distribución	2011	2010
EBITDA ajustado	1.048	1.378
Dotación amortizaciones	(631)	(630)
Provisiones de circulante	(121)	(219)
Provisiones de inmovilizado	0	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	0
Resultado de explotación	296	529
Otros	2011	2010
EBITDA ajustado	2.126	2.004
Dotación amortizaciones	(178)	(266)
Provisiones de circulante	(679)	(501)
Provisiones de inmovilizado	(7.745)	0
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0	(1.351)
Resultado de explotación	(6.476)	(114)
OTROS	2011	2010
EBITDA ajustado	(59.630)	(44.717)
Dotación amortizaciones	(6.421)	(4.252)
Provisiones de circulante	(1.266)	(2.343)
Provisiones de inmovilizado	7.737	(332)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	(243.194)	(44.461)
Resultado de explotación	(302.774)	(96.105)