



RESULTADOS TRIMESTRALES

Primer trimestre 2014

Mayo 2014

HECHOS DESTACADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2014

Resultados del Grupo

El entorno económico en España y Portugal sigue mejorando...

- Mejora del entorno económico desde 2013
- Mejora esperada para 2014 y 2015 tanto en España como Portugal
- Datos de consumo privado, mejora desde el -9,9% en 1T 2013 a 0,0% en 1T 2014

... pero su reflejo en publicidad es aún frágil

- 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 1T 2014, el mercado publicitario en España cayó un 1,3%
- En España, los ingresos publicitarios del Grupo caen un 5,9% en 1T 2014 (-10,6% prensa y -2,9% Radio)
- En Portugal, los ingresos publicitarios crecen un 3,1% en 1T 2014

Prisa mantiene el liderazgo en todos los medios en los que está presente

- **Prensa:** #1 en prensa generalista en España con cuota del 31%
- **Radio:** #1 en radio generalista y musical en España, en Colombia y Chile
- **Educación:** #1 en España, Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia; #3 en Portugal
- **TV en abierto Portugal:** #1 en 24 horas y prime time
- **TV de pago España:** #1 en 2013 y 1T 2014 en número de subscriptores

Las actividades en Latinoamérica muestran crecimientos muy sólidos en moneda local pero con impacto negativo del tipo de cambio

- Crecimientos sólidos en moneda local en Educación (+2,1%) y Radio (+7,6% excluyendo el impacto del cambio en el perímetro de consolidación)
- Impacto negativo por la evolución de los tipos de cambio que alcanza 40 millones de euros en los ingresos del primer trimestre de 2014, 16 millones a nivel EBITDA
- 30,3% de los ingresos del Grupo procedente de esta área (34,4% a tipo de cambio constante)

El grupo sigue avanzando en el desarrollo digital

- La publicidad digital se incrementa en un 6,9%
- En el negocio de prensa, la publicidad digital representa ya un 29% de los ingresos publicitarios
- Navegadores únicos medios a las páginas web de PRISA crecen +16,6%, alcanzando más de 90 millones
- Sistemas de Educación Digitales continúan su desarrollo en Brasil, México y Colombia, incrementando el número de colegios y alumnos en los que están presentes

Sigue el esfuerzo en reducción de gastos y control del capex

- Caída en todos los costes operativos a excepción de los derechos de fútbol
- Los costes de personal ajustados se reducen en 11 millones de euros (-8,3%)
- En el 1T del ejercicio se han firmado nuevos convenios colectivos en distintas áreas del Grupo
- 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

- El Grupo ha firmado un acuerdo para la desinversión de su negocio de Ediciones Generales.
- El Grupo ha vendido en el mes de abril el 3,69% de Mediaset España. Los fondos serán destinados a la recompra de deuda en el mercado secundario.
- El Grupo ha aceptado la oferta recibida de Telefónica por el 56% de participación de PRISA en Canal+
- La deuda neta del Grupo se sitúa en 3.341 millones de euros a 31 de marzo de 2014

Resultados por unidad de negocio

Educación

- **En 1T tienen lugar campañas del área sur:** Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica Norte, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador
- **Los ingresos en moneda local de América Latina y USA crecen un +2,1%:** Brasil (-0,5%), Chile (+14,5%), Argentina (+14,4%), México (+11,1%). El tipo de cambio tiene un impacto negativo en ingresos de Santillana de 34,8 millones de euros
- **En España** la campaña educativa tiene lugar en el 2T y 3T del ejercicio y se está trabajando en la implantación de la nueva ley
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO) continúan su desarrollo** en Brasil, México y Colombia
- **El EBITDA cae un -2,6% en moneda local** (-26,3% en euros)

Radio

- **La publicidad en España se reduce un -2,9%.**
- **La publicidad en América Latina se incrementa 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 4,5 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 10,4%.
- **EL EBITDA ajustado** de la Radio alcanzó en el 1T 5,62 millones de euros (+64,2%).

Prensa

- **Los ingresos publicitarios en papel** se reducen en -17,7%.
- **Los ingresos de publicidad digital** se incrementan en un +13,6% y representan ya un 29% del total de ingresos publicitarios de la división. Destaca la fortaleza de As donde los ingresos de publicidad digital representan más del 50% del total.
- **Los ingresos de circulación** se reducen en -15,6%.
- **Fuerte crecimiento de otros ingresos**, principalmente promociones.
- **El EBITDA ajustado** de prensa asciende a 2,8 millones de euros (-13,7% comparado con 1T 2013)

Media Capital

- **Los ingresos publicitarios** se incrementan en un +5,3% en el 1T de 2014.
- **Los gastos de explotación de Media Capital** se reducen en un -4,4% en el periodo.
- **El EBITDA ajustado** asciende a 5,64 millones de euros y crece un +42,5% debido no sólo a la estabilidad de los ingresos sino también al esfuerzo de control de costes.

Canal+

- Los ingresos ascienden en el 1T de 2014 a 292,58 millones de euros (-2,7%).
- **Altas netas de abonados de satélite** se incrementan en el primer trimestre en 10.975.
- **Canal+ mantiene su liderazgo en el mercado con una cuota del 43,2%.**
- **El ARPU de satélite** se sitúa en 43,5 euros de media en el trimestre (43,1 euros en 1T 2013).
- **El EBITDA ajustado** alcanza los 0,62 millones de euros versus 15,98 millones de euros en 1T2013.

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

La comparación de los resultados del primer trimestre de 2014 y los 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 - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación	627,96	678,75	(7,5)
EBITDA	39,17	78,41	(50,0)
<i>Margen EBITDA</i>	6,2%	11,6%	
EBIT	(10,51)	22,67	(146,3)
<i>Margen EBIT</i>	-1,7%	3,3%	
Resultado Financiero	(47,88)	(39,03)	(22,7)
Gastos por intereses de financiación	(34,54)	(25,05)	(37,9)
Otros resultados financieros	(13,34)	(13,99)	4,6
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	(3,65)	1,88	-
Resultado antes de impuestos	(62,04)	(14,48)	-
Impuesto sobre sociedades	10,22	4,36	134,4
Resultado de operaciones en discontinuación	(0,07)	(0,04)	(65,0)
Resultado atribuido a socios externos	4,32	(1,87)	-
Resultado Neto	(47,57)	(12,03)	-
Ingresos de explotación ajustados	630,90	678,15	(7,0)
EBITDA ajustado	58,54	82,88	(29,4)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	9,3%	12,2%	
EBIT ajustado	8,59	27,14	(68,4)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	1,4%	4,0%	
Resultados ajustados excluyendo Canal+	2014	2013	Var. %
Ingresos sin Canal+	338,92	378,13	(10,4)
EBITDA sin Canal+	57,92	66,90	(13,4)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	17,1%	17,7%	
EBIT sin Canal+	28,46	35,24	(19,2)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	8,4%	9,3%	
Resultados ajustados sin Canal+ a tipo constante	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación sin Canal+ a tipo constante	378,53	378,13	0,1
EBITDA sin Canal+ a tipo constante	73,50	66,90	9,9
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	19,4%	17,7%	
EBIT sin Canal+ a tipo constante	40,54	35,24	15,0
<i>Margen EBIT ajustado</i>	10,7%	9,3%	

PRISA alcanza en el primer trimestre de 2014 un EBITDA ajustado de 58,5 millones de euros

Excluyendo el impacto de Canal+ y de la evolución del tipo de cambio:

- Los ingresos de explotación ajustados se mantienen planos (+0,1%)
- El EBITDA ajustado crece un +9,9% hasta alcanzar 73,50 millones de euros
- El margen EBITDA se incrementa del 17,7% a 19,4%
- El margen EBIT se incrementa del 9,3% a 10,7%

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. Canal+**

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

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

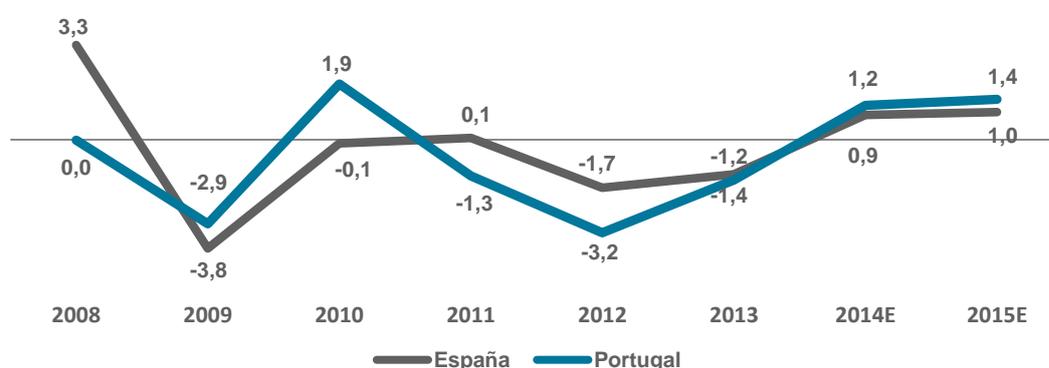
1_ Entorno de mercado

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 2014 y se espera se mantenga durante el resto de 2014 y 2015.

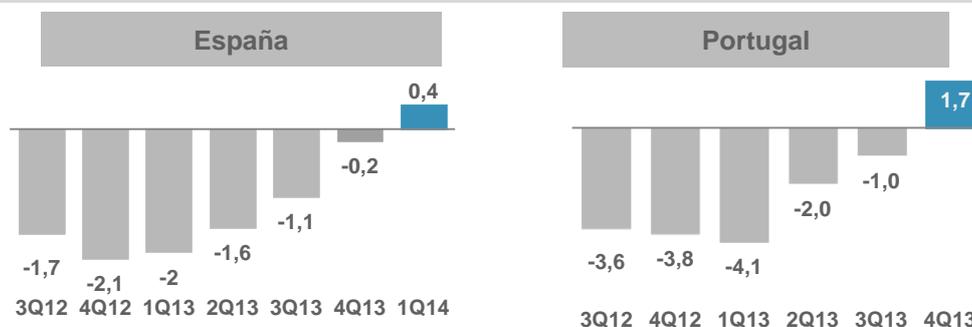
- El PIB de **España** ha retrocedido un -1,2% en 2013, si bien el comportamiento trimestral del PIB pasó de decrecer un -2% en el primer trimestre a caer sólo un -0,2% en el cuarto (según INE). En el 1T 2014, según el Banco de España, el PIB ha crecido un +0,4% (la mayor subida en seis años).
- En cuanto 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

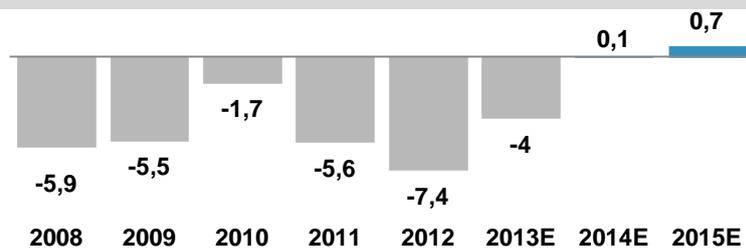
Crecimiento de PIB trimestral España y Portugal (%)



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 -4% en 2013 (según INE), en el sexto año consecutivo de caída.

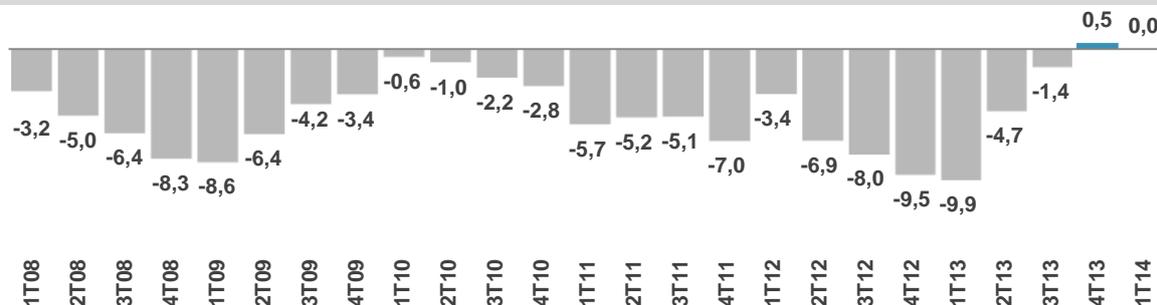
Crecimiento anual del consumo minorista en España (%)



Fuente: INE

En términos trimestrales, las venta sal 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.

Crecimiento trimestral ventas al por menor en España (%)



Fuente: INE

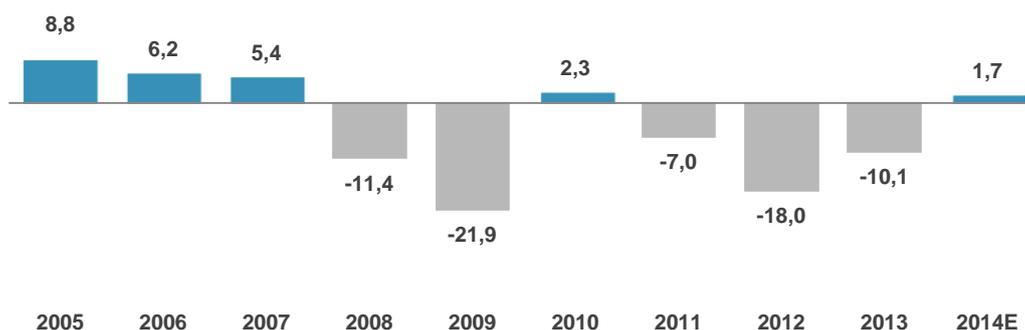
Las expectativas para 2014 son de mejora de la situación económica tanto para España como Portugal. Se esperan crecimientos de PIB del +0.9% y +1,2% respectivamente según FMI. Para 2015 se esperan crecimientos del +1,0% y +1,5% respectivamente. En cuanto al consumo minorista, se espera que 2014 muestre 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.

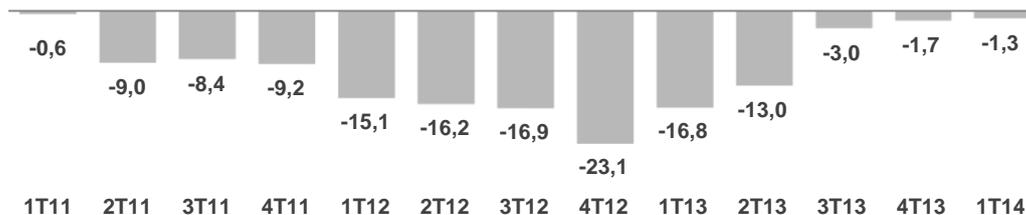
Evolución anual de la inversión publicitaria en España (%)



Fuente: i2p (marzo 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 muestra una caída del -1,3% (según el informe de marzo de i2p)

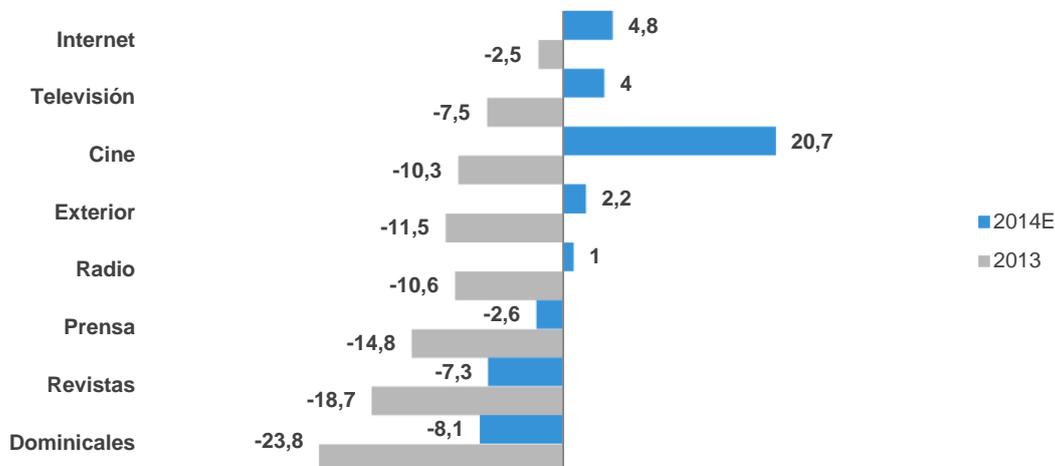
Evolución trimestral de la inversión publicitaria en España (%)



Fuente: i2p (marzo 2014)

Las expectativas para el resto de 2014 son de continuación de la mejora, con un crecimiento esperado (según i2P) del +1,7%, 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 (%)

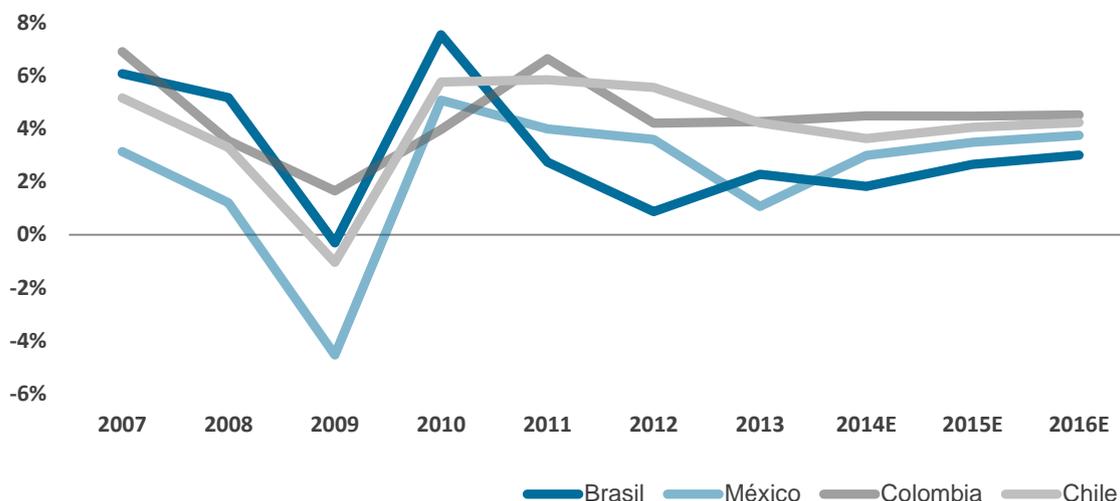


Fuente: i2p (marzo 2014)

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).

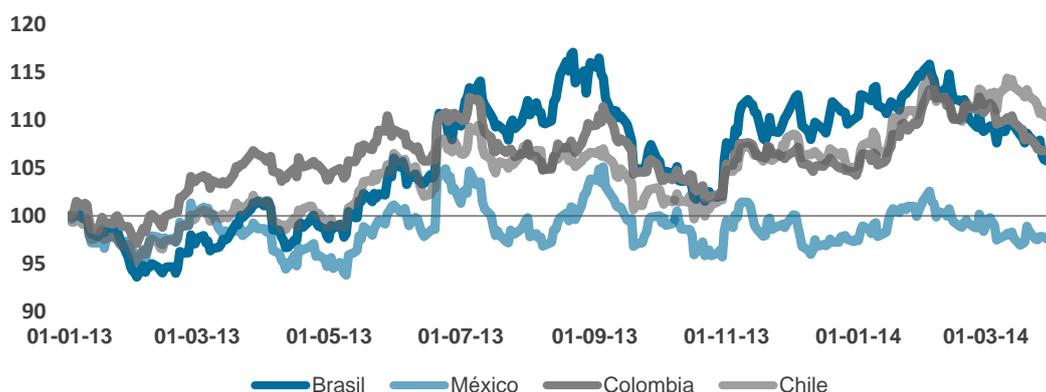
Evolución PIB Latam (%)



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 39,62 millones de euros en ingresos del grupo y 15,59 millones de euros en EBITDA en el 1T 2014. Como resultado, los ingresos recurrentes de Latinoamérica del Grupo han caído un -14,4% comparado con el crecimiento del +3,1% que se habría obtenido a tipo de cambio constante, y el EBITDA ajustado cae un -19,7% frente a la caída del -1,9% 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	1,51	9,58	1.358,01	357,95
T2 2013	1,58	9,55	1.425,55	371,18
T3 2013	1,73	9,75	1.440,29	382,70
T4 2013	1,67	9,57	1.405,41	379,55
T1 2014	1,72	9,66	1.463,12	402,54
1T14 / 1T13	14,0%	0,8%	7,7%	12,5%

Fuente: Bloomberg

2_ Principales magnitudes operativas

a_ Resultados operativos del Grupo

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos de explotación	627,96	678,75	(7,5)
España	398,36	413,45	(3,6)
Portugal	39,38	38,44	2,4
Latam	190,22	226,86	(16,2)
Gastos de explotación	588,79	600,34	(1,9)
España	431,61	424,06	1,8
Portugal	34,12	36,43	(6,3)
Latam	123,05	139,85	(12,0)
EBITDA	39,17	78,41	(50,0)
<i>Margen EBITDA</i>	6,2%	11,6%	
España	-33,25	-10,62	-
Portugal	5,26	2,02	161,0
Latam	67,17	87,01	(22,8)
EBIT	-10,51	22,67	(146,3)
<i>Margen EBIT</i>	-1,7%	3,3%	
España	-64,46	-47,37	(36,1)
Portugal	3,09	-0,41	-
Latam	50,86	70,45	(27,8)
Ingresos de explotación ajustados*	630,90	678,15	(7,0)
EBITDA ajustado*	58,54	82,88	(29,4)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	9,3%	12,2%	
EBIT ajustado*	8,59	27,14	(68,4)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	1,4%	4,0%	

* Datos ajustados de impactos extraordinarios explicados abajo

b_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación

Se muestran a continuación los principales impactos extraordinarios:

Efectos extraordinarios	ENERO - MARZO	
	2014	2013
Millones de euros		
Efectos extraordinarios en ingresos	(2,94)	0,60
Ajuste patrocinios publicidad	1,05	0,60
Ajuste perímetro radio México y Costa Rica	(3,99)	0,00
Efectos extraordinarios en gastos	16,43	5,07
Indemnizaciones	11,94	4,47
Ajuste patrocinios publicidad	1,05	0,60
Ajuste perímetro radio México y Costa Rica	(2,57)	0,00
Otros (no recurrente)	6,00	0,00
Efectos extraordinarios en amort. y provisiones	(0,3)	0,00
Ajuste perímetro radio México y Costa Rica	(0,27)	0,00

a) Indemnizaciones: El gasto extraordinario por indemnizaciones asciende a 11,94 millones de euros en el primer trimestre de 2014, comparado con los 4,47 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_ Resultados operativos excluyendo Canal+

Resultados excluyendo Canal+	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Millones de euros			
Ingresos sin Canal+	335,38	378,13	(11,3)
España	105,78	112,83	(6,3)
Portugal	39,38	38,44	2,4
Latam	190,22	226,86	(16,2)
EBITDA sin Canal+	37,86	62,95	(39,9)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	11,3%	16,6%	
España	(34,56)	(26,07)	(32,6)
Portugal	5,26	2,02	161,0
Latam	67,17	87,01	(22,8)
EBIT sin Canal+	8,68	31,29	(72,3)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	2,6%	8,3%	
España	(45,27)	(38,75)	(16,8)
Portugal	3,09	(0,41)	-
Latam	50,86	70,45	(27,8)

d_ 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 39,62 millones de euros a nivel de ingresos de explotación, de 15,59 millones de euros a nivel EBITDA y de 12,08 millones de euros a nivel EBIT.

Se muestra a continuación el **crecimiento de ingresos, EBITDA y EBIT a tipo de cambio constante**, en resultados reportados, ajustados y excluyendo Canal+.

- Los ingresos de explotación se habrían reducido un -1,6% en vez del -7,5%
- El EBITDA ajustado un -10,6% versus -29,4% en euros.
- Si además excluimos el impacto de Canal+, los ingresos se hubieran mantenido planos (+0,1%) y el EBITDA hubiera crecido un +9,9%.

Resultados a tipo de cambio constante	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Millones de euros			
Ingresos de explotación a tipo constante	667,57	678,75	(1,6)
Latam	229,83	226,86	1,3
EBITDA a tipo constante	54,76	78,41	(30,2)
<i>Margen EBITDA</i>	8,2%	11,6%	
Latam	82,75	87,01	(4,9)
EBIT a tipo constante	1,57	22,67	(93,1)
<i>Margen EBIT</i>	0,2%	3,3%	
Latam	62,94	70,45	(10,7)
Ingresos de explotación ajustados a tipo constante	670,51	678,15	(1,1)
EBITDA ajustado a tipo constante	74,12	82,88	(10,6)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	11,1%	12,2%	
EBIT ajustado a tipo constante	20,67	27,14	(23,9)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	3,1%	4,0%	
Ingresos ajustados sin Canal+ a tipo constante	378,53	378,13	0,1
EBITDA ajustado sin Canal+ a tipo constante	73,50	66,90	9,9
<i>Margen EBITDA</i>	19,4%	17,7%	
EBIT ajustado sin Canal+ a tipo constante	40,54	35,24	15,0
<i>Margen EBIT</i>	10,7%	9,3%	

3_ Negocio de educación

EDUCACIÓN	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos	170,93	200,35	(14,7%)
España	6,49	5,32	21,9%
Internacional	164,45	195,02	(15,7%)
Gastos de explotación	125,25	138,34	(9,5%)
EBITDA	45,69	62,01	(26,3%)
% margen	26,7%	31,0%	
EBIT	28,47	45,00	(36,7%)
% margen	16,7%	22,5%	
Efectos extraordinarios en gastos	0,81	0,36	
Indemnizaciones	0,81	0,36	
EBITDA ajustado	46,50	62,38	(25,5%)
% margen ajustado	27,2%	31,1%	
EBIT ajustado	29,29	45,37	(35,4%)
% margen ajustado	17,1%	22,6%	

a_ Posición de mercado

Santillana, el negocio de educación de PRISA mantiene una posición de mercado líder en todos los países en los que opera con la excepción de Portugal (donde tiene la tercera posición de mercado detrás de los grupos Porto y Leya). 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 PRISA, datos a final de 2013

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 trimestre del año tienen lugar en parte o en su totalidad dependiendo del país, las campañas del área sur, lo cual incluye los siguientes países: Brasil (venta regular), Colombia, Costa Rica, Centroamérica Norte, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador.

Los ingresos de educación han estado negativamente afectados por la evolución de los tipos de cambio, que impactan en ingresos en 34,8 millones de euros y en EBITDA en 14,7 millones de Euros. Excluyendo el impacto de los tipos de cambio, los ingresos habrían crecido un +2,7% y el EBITDA se habría reducido en un -2,6%.

Los ingresos de Educación reportados alcanzaron los 170,93 millones de euros en el primer trimestre de 2014, -14,7% versus el mismo periodo del año anterior, y el EBITDA alcanzó los 45,69 millones de euros (-26,3%). El EBITDA ajustado alcanzó 46,50 millones de euros (-25,5%) con una reducción en márgenes del 31,1% al 27,2% debido fundamentalmente a gastos para el desarrollo de los Sistemas de Educación Digitales.

a) **España:** Los ingresos de España son poco relevantes en el 1T puesto que la campaña educativa tiene lugar en 2T y 3T. Santillana España incrementa sus ingresos un +21,9% o 1,17 millones de euros. Ediciones generales incrementa sus ingresos en el primer trimestre en un +1,2%.

b) En cuanto a contribución internacional, los ingresos crecen +2,1% a tipo de cambio constante (-15,7% en euros) en el primer trimestre de 2014. Por países cabe destacar:

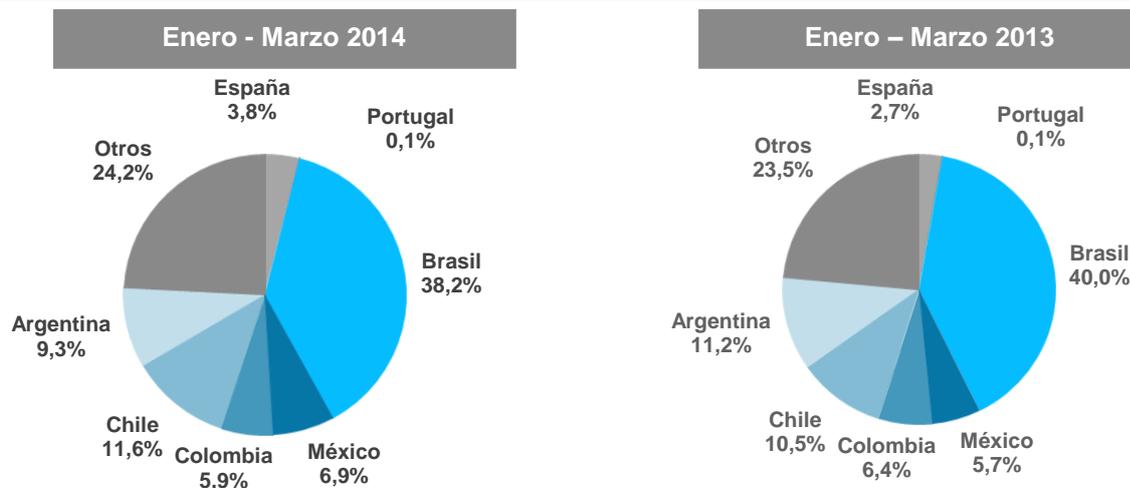
- **Argentina:** muestra un buen comportamiento por el desarrollo de Compartir
- **Brasil:** En educación tradicional el comportamiento es bueno y en sistema UNO sigue creciendo, pero se ha visto impactado por un adelanto de la campaña (12 millones de reales) q se produjo en diciembre de 2013.
- **Chile:** muestra una buena evolución gracias al desarrollo de Compartir
- **Colombia:** Buen comportamiento en Educación Tradicional y en sistema UNO continua el crecimiento, aunque impactado por adelanto de campaña en Diciembre de 2013 de 3,4 millones de pesos colombianos

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

EDUCACIÓN	INGRESOS DE EXPLOTACIÓN			INGRESOS MONEDA LOCAL		
	1T 2014	1T 2013	Var %	1T 2014	1T 2013	Var %
Total Santillana	170,93	200,35	(14,7%)			2,7%
Educación tradicional y Compartir	138,42	159,84	(13,4%)			
España	1,41	0,64	119,0%	1,41	0,64	119,0%
Portugal	0,21	0,15	44,1%	0,21	0,15	44,1%
Brasil	57,60	67,57	(14,8%)	186,86	179,72	4,0%
Méjico	1,17	1,58	(26,2%)	20,64	26,80	(23,0%)
Argentina	12,36	18,27	(32,3%)	134,16	121,20	10,7%
Chile	18,64	19,00	(1,9%)	14.116,24	11.854,38	19,1%
Colombia	5,68	5,47	3,9%	15,61	12,98	20,2%
Otros países	41,34	47,16	(12,3%)	n.a.	n.a.	n.a.
Sistema UNO	14,68	20,73	(29,2%)			
España	0,00	0,00	---	0,00	0,00	---
Brasil	5,28	10,07	(47,6%)	17,13	26,57	(35,5%)
Méjico	5,93	5,40	9,8%	107,50	91,79	17,1%
Colombia	3,47	5,27	(34,1%)	9,57	12,52	(23,6%)
Ediciones Generales	17,47	19,75	(11,6%)			
España	4,71	4,66	1,2%	4,71	4,66	1,2%
Internacional	12,75	15,10	(15,5%)	n.a.	n.a.	n.a.
Otros	0,37	0,02	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 totales se reducen en el 1T de 2014 un -9,5%**. Esta reducción responde a:

- **Menores gastos por tipo de negocio:** Educación tradicional y Compartir (-6,8% o -6,76 millones de euros), Sistema UNO (-28,0% o -5,3 millones de euros), ediciones generales (-9,9% o -1,5 millones).
- **Menores gastos por concepto:** gastos de personal (-2,4% excluyendo el impacto de indemnizaciones), servicios exteriores (-2,8%) y derechos de autor (-16,2%).

En cuanto a las **Inversiones, Santillana realiza inversiones totales por 17,3 millones de euros en el 1T de 2014 (-21,3%)**.

d_ EBITDA

El EBITDA de educación en el primer trimestre de 2014 alcanzó 45,69 millones de euros (-26,3%). 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 caer su EBITDA tan sólo un -2,4% y alcanzar 60,54 millones de euros**.

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

EDUCACIÓN	EBITDA			EBITDA MONEDA LOCAL		
	1T 2014	1T 2013	Var %	1T 2014	1T 2013	Var %
Total Santillana	45,69	62,01	(26,3%)			(2,6%)
Educación tradicional y Compartir	45,27	59,93	(24,5%)			
España	(12,81)	(13,29)	(3,6%)	(12,75)	(13,29)	(4,1%)
Portugal	(0,83)	(0,78)	6,8%	(0,83)	(0,78)	6,9%
Brasil	28,26	37,68	(25,0%)	91,82	100,71	(8,8%)
Méjico	(6,34)	(5,61)	13,0%	(115,23)	(93,78)	22,9%
Argentina	7,16	11,08	(35,4%)	78,88	73,56	7,2%
Chile	10,47	10,08	3,9%	7.943,81	6.297,49	26,1%
Colombia	2,46	1,91	29,0%	6,76	4,56	48,4%
Otros países	16,91	18,86	(10,4%)	n.a.	n.a.	n.a.
Sistema UNO	1,08	1,84	(40,9%)			
España	(0,03)	(0,00)	---	(0,03)	(0,00)	---
Brasil	(1,65)	(1,59)	4,1%	(5,34)	(4,31)	23,7%
Méjico	1,39	1,48	(6,2%)	25,27	25,63	(1,4%)
Colombia	1,38	1,94	(29,0%)	3,84	4,66	(17,7%)
Ediciones Generales	4,05	4,86	(16,7%)			
España	0,56	(0,06)	n.r.	0,48	(0,06)	n.r.
Internacional	3,49	4,92	(29,1%)	n.a.	n.a.	n.a.
Otros	(4,71)	(4,61)	n.r.			

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

Sistema UNO: Es un sistema integral de educación que se construye en torno a una clase, unos contenidos y un sistema digital. Se trata de un servicio integral pedagógico, que se construye en torno a la colaboración con la gestión del colegio, ofreciendo entrenamiento 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, profesorado, 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 tradicional a los colegios.
- Se ofrece la digitalización de las clases y una opción de ofrecer una tableta (ipad) a cada alumno.
- Supone una transformación de material impreso con secuencia digital a sistema totalmente digital.
- El desarrollo del proceso educativo está planeado y gestionado en su totalidad con el 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 trimestre de 2014, los resultados de sistema UNO continúan mostrando un buen comportamiento en moneda local ajustados de los efectos de anticipación de campañas que se han producido en Brasil y Colombia

Los indicadores operativos:

- **Brasil:** sistema UNO se encuentra presente en 329 colegios y alcanza a 116.591 alumnos.
- **Colombia:** sistema UNO se encuentra presente en 73 colegios y alcanza a 24.989 alumnos.
- **México:** la campaña de educación de México tiene lugar en la segunda mitad del año. Hasta el final de 2013, sistema UNO alcanzaba a 130 mil 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 cuando se enfrentan a la necesidad de introducir cambios tecnológicos son reacios a abandonar el sistema de libros de texto y el sistema anterior de educación.

El sistema: 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:** de diagnóstico, por resultados, por capacidades, autoevaluación y nacional e internacional.
- **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, los de Centroamérica Norte y Sur, Chile, Colombia, Ecuador, México y República Dominicana.

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 711 colegios y 253.178 alumnos.**

4_ Negocio de radio

RADIO	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos	61,83	69,51	(11,0%)
Publicidad	56,68	63,25	(10,4%)
<i>España</i>	33,45	34,44	(2,9%)
<i>Internacional</i>	23,16	28,82	(19,7%)
<i>Otros*</i>	0,07	(0,01)	---
Otros	5,16	6,26	(17,6%)
Gastos de explotación	59,47	67,05	(11,3%)
EBITDA	2,36	2,45	(3,7%)
% margen	3,8%	3,5%	
EBIT	(0,94)	(2,33)	59,9%
% margen	(1,5%)	(3,4%)	
Efectos extraordinarios en ingresos	(3,99)	0,00	
Ajuste perímetro de consolidación	(3,99)		
Efectos extraordinarios en gastos	(0,74)	0,97	
Indemnizaciones	1,90	0,97	
Ajuste perímetro de consolidación	(2,63)		
Efectos extraordinarios en amort. y provs.	(0,27)	0,00	
Ajuste perímetro de consolidación	(0,27)	0,00	
Ingresos ajustados	65,82	69,51	(5,3%)
EBITDA ajustado	5,62	3,42	64,2%
% margen ajustado	9,1%	4,9%	
EBIT ajustado	2,05	(1,4)	---
% margen ajustado	3,3%	(2,0%)	

* Incluye Música y Ajustes de consolidación

a_ Posición de mercado

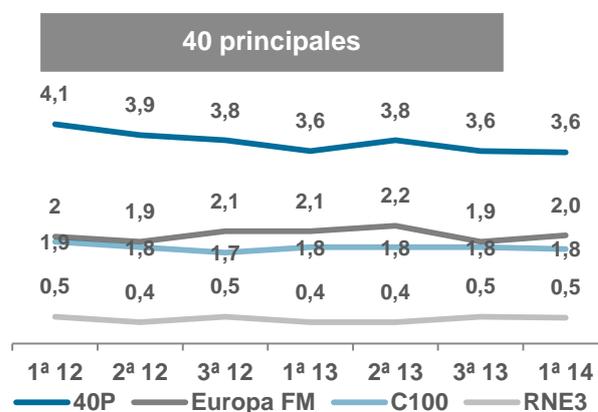
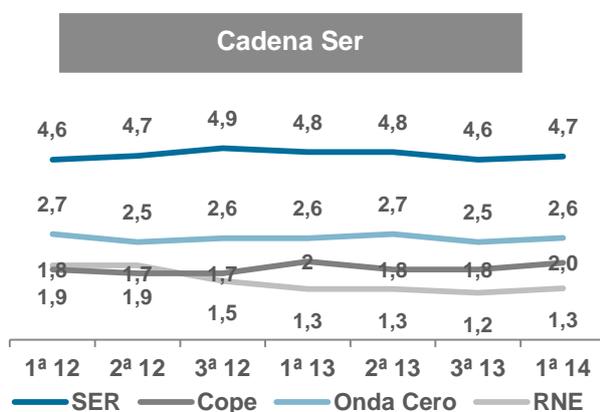
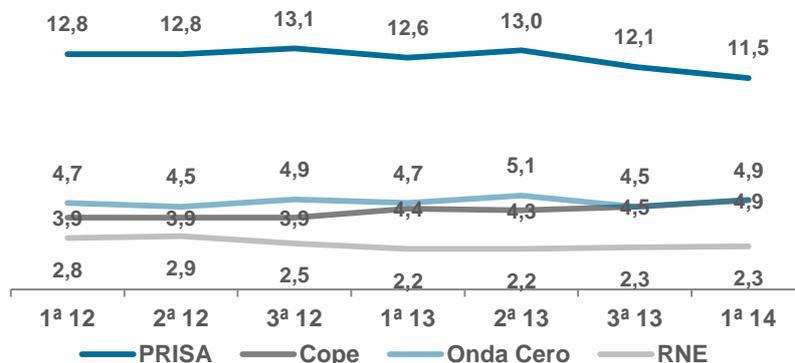
En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio de PRISA a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y Máxima FM). Según el último informe de EGM, **Cadena Ser mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.688.000 oyentes** (cuota de mercado del 38,6% 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 29% y el 18% respectivamente.**

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

Miles de Oyentes	Oyentes		
	1Q 2014	Posición	Cuota
Radio Generalista	4.688	1	38,6%
Cadena SER	4.688		38,6%
Radio Musical	7.796	1	62,1%
40 Principales	3.578		28,5%
Dial	2.281		18,2%
Máxima FM	770		6,1%
M80	612		4,9%
Radiolé	555		4,4%
Total	12.484		

Fuente: EGM primera Ola 2014 (última disponible)

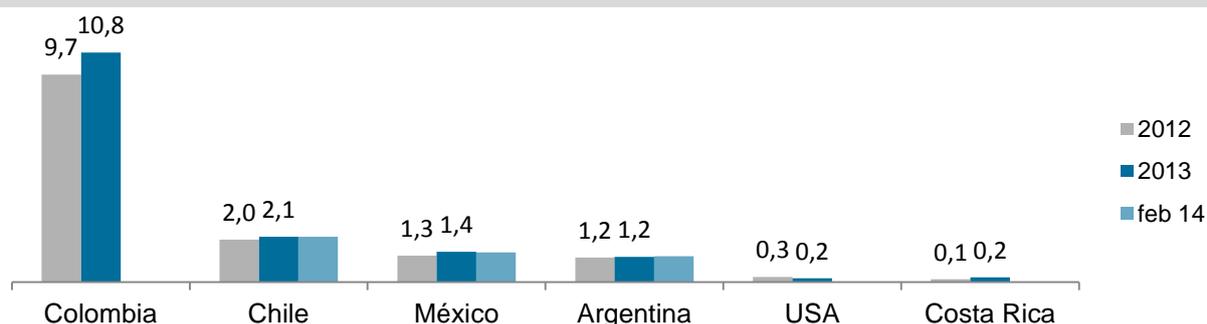
La fuerte posición de liderazgo de las emisoras de radio del Grupo en España frente a la competencia es recurrente en el tiempo. Se muestra a continuación la evolución de la posición de audiencia de las emisoras de radio del grupo según EGM.

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, PRISA mantiene el liderazgo en Chile y en Colombia (cuotas de 45,9% y 37,2% respectivamente) y la tercera posición en México (14%). El detalle de la posición de mercado de las emisoras de radio internacionales de PRISA se detalla a continuación según la última información disponible (diciembre 2013):

Miles de Oyentes	Oyentes		
	2013	Posición	Cuota
Colombia	10.772	1	37,2%
Chile	2.137	1	45,9%
México	1.397	3	14,0%
Argentina	1.122	4	18,5%
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)

b_ Ingresos de explotación

En el primer trimestre de 2014, **los ingresos de la radio** alcanzaron los 61,83 millones de euros, lo que supone una caída del -11,0%. 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 4,52 millones de euros.

A tipo de cambio constante y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos de Radio habrían alcanzado 70,7 millones de euros en el primer trimestre de 2014, creciendo un +1,7% versus 2013.

Ingresos de Radio por origen geográfico:

a) **España:** Los ingresos de radio España (incluyendo Música y ajustes de consolidación) representan un 61% del total, alcanzando 37,9 millones de euros en el primer trimestre de 2014 (-2,9% versus 2013).

b) **Internacional:** Los ingresos de radio internacionales representan un 39% del total, alcanzando 23,9 millones de euros en el primer trimestre de 2014 (-21,5% versus 2013). Dicha caída se debe a:

- **El cambio en el perímetro de consolidación.**
- **El tipo de cambio.**

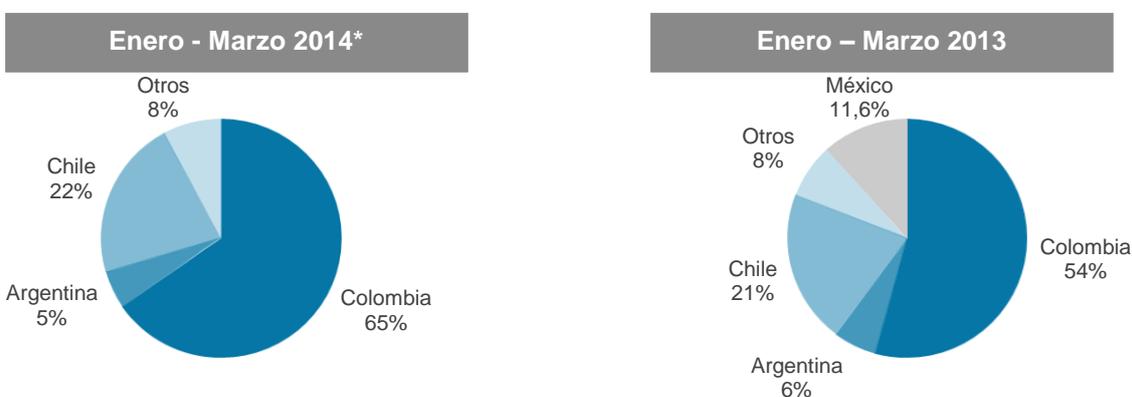
A tipo constante y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos internacionales de Radio habrían alcanzado 32,8 millones de euros en el 1T (+7,6% versus 2013).

Ingresos por origen geográfico (%)



* Datos impactados por desconsolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto los ingresos de Latinoamérica habrían alcanzado 42,4% 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 56,0%, México 13,4%, Argentina 4,4%, Chile 18,6% y el resto 7,6%.

Ingresos de radio por concepto:

a) **Ingresos publicitarios:** Los ingresos publicitarios de radio se reducen un -10,4% en el primer trimestre de 2014 alcanzando 56,7 millones de Euros y representando un 91,7% de los ingresos de la división.

Los ingresos publicitarios internacionales que se reducen un -19,7%, se ven impactada en impactados por el negativo impacto del tipo de cambio y el impacto de la desconsolidación de México y Costa Rica. Excluyendo estos impactos, los ingresos publicitarios internacionales habrían alcanzado 31,8 millones de euros (+10,4% versus 2013)

Los ingresos publicitarios de España, que representan un 59% se reducen en un -2,9%, comparado con la caída del -1,0% del mercado en el periodo (según i2p).

b) **Otros ingresos:** alcanzan 5,2 millones de euros (-32,6% versus 2013). Estos ingresos incluyen prestación de servicios, venta de productos y otros.

En los ingresos de publicidad de Radio del primer trimestre 2013 se ha realizado una **reclasificación de ingresos** por importe de 1,39 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 trimestre de 2014 se han reducido un -11,3% con respecto al mismo periodo de 2013. Ajustados de efectos no recurrentes (principalmente indemnizaciones), los gastos de explotación se habrían reducido en un -8.9%.

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%).

Por origen geográfico

a) **España:** (excluyendo música y ajustes de consolidación) -6,8% versus 1T 2013.

b) **Internacional:** -19,3% en 1T 2014 (+7,1% excluyendo elementos extraordinarios).

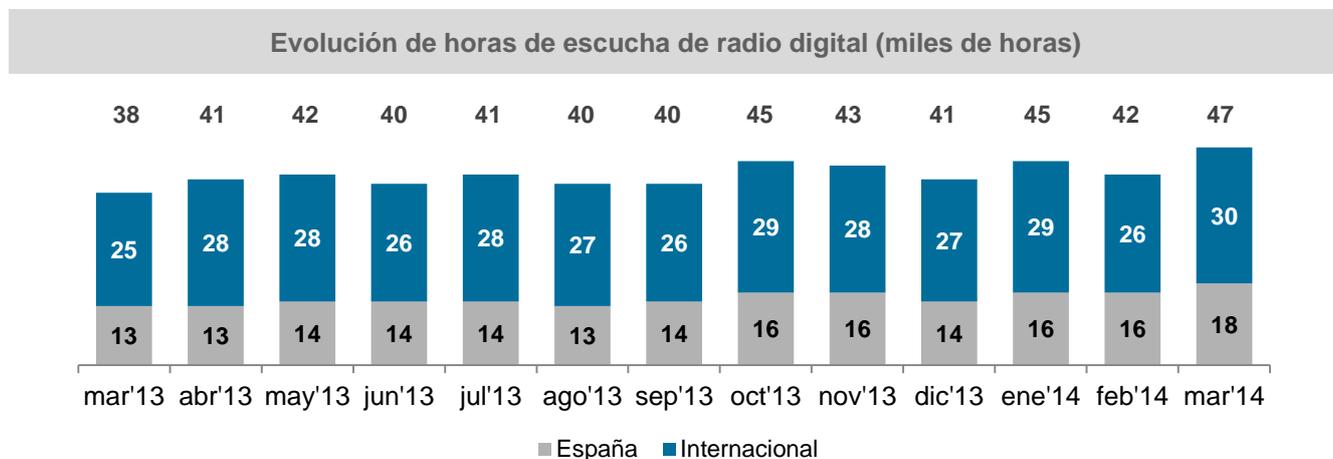
En cuanto a las **inversiones**, PRISA Radio realiza inversiones por valor de 0,5 millones de euros en el primer trimestre de 2014, o un -43,1% comparado con 2013.

d_ EBITDA

El EBITDA de Radio fue positivo en 2,36 millones de euros en el primer trimestre de 2014, lo que compara con un EBITDA de 2,45 millones en el mismo periodo de 2013. Excluyendo extraordinarios, el EBITDA hubiera alcanzado 5,62 millones de euros comparado con 3,42 millones en el mismo periodo de 2013 (+64,2%).

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 mil en marzo de 2013 a 47 mil en marzo de 2014, con una evolución positiva de horas de escucha en España y Radio Internacional.



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 +6,6% y alcanzan 7,94 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture crecen un +26,4% y alcanzan 9,60 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 PRISA 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 PRISA 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 PRISA 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.**

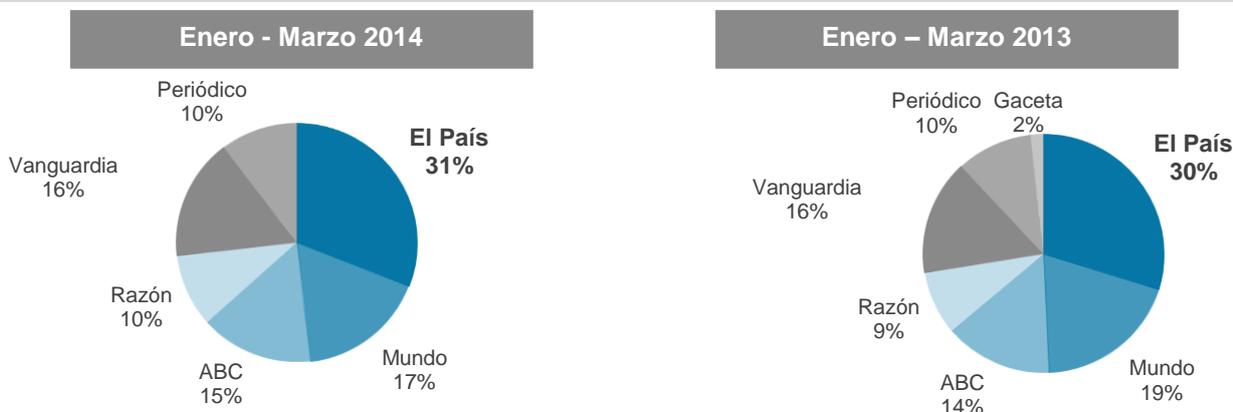
5_ NEGOCIO DE PRENSA

PRENSA	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos	65,80	66,68	(1,3%)
<i>Publicidad</i>	21,87	24,48	(10,6%)
<i>Circulación</i>	28,24	33,46	(15,6%)
<i>Promociones y otros</i>	15,68	8,74	79,4%
Gastos de explotación	71,77	64,53	11,2%
EBITDA	(5,97)	2,16	---
% margen	(9,1%)	3,2%	
EBIT	(9,78)	(1,21)	---
% margen	(14,9%)	(1,8%)	
Efectos extraordinarios en ingresos	0,45	0,00	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,45	0,00	
Efectos extraordinarios en gastos	9,19	1,05	
Indemnizaciones	8,74	1,05	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,45	0,00	
Ingresos ajustados	65,35	66,68	(2,0%)
EBITDA ajustado	2,77	3,21	(13,7%)
% margen ajustado	4,2%	4,8%	
EBIT ajustado	(1,03)	(0,16)	---
% margen ajustado	(1,6%)	(0,2%)	

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 (marzo 2014).

Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD marzo 2013

b_ Ingresos de explotación

El área de prensa redujo sus ingresos en un -1,3% en el primer trimestre de 2014 hasta alcanzar los 65,80 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 por el crecimiento de la publicidad digital y de promociones y otros ingresos.

Los ingresos publicitarios cayeron un -10,6% (País -10,1%, As -4,8%).

- Los ingresos de publicidad en papel disminuyeron un -17,7% lo cual compara con una caída del mercado del -4,8% en el mismo periodo.
- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +13,6% en el periodo y representaron el 28,8% del total de ingresos publicitarios recurrentes de la división (22,9% a marzo de 2013).
- Destaca AS, donde el 50% de los ingresos de publicidad son ya del área digital

Los ingresos por circulación experimentaron una caída del -15,6%. En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD marzo 2014) es la siguiente:

	Ene- Mar 2014	Ene- Mar 2013	Var. %
El País	280.682	306.831	(8,5)
AS	147.494	158.415	(6,9)
Cinco Días	27.785	30.607	(9,2)

Fuente: OJD (Cifras a marzo 2014 no auditadas)

Disminuyó la difusión del **El País** en un -8,5%, **AS** cayó un -6,9% y la del **Cinco Días** un -9,2%.

El resto de ingresos de Prensa alcanzan 15,68 millones de euros en el primer trimestre de 2014, lo cual supone un crecimiento de 6,94 millones (+79,4%). Estos ingresos se corresponden con promociones y deducciones principalmente (1,95 millones de euros) 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" que juntas han sumado 6,35 millones de Euros en El País.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación se incrementan **en un +11,2% durante el primer trimestre de 2014** aunque el incremento es principalmente debido a las indemnizaciones de restructuración de personal (8,74 millones de euros comparado con 1,05 millones en el primer trimestre de 2013). **Excluyendo impactos no recurrentes, los gastos de explotación se habrían reducido en un -1,4%.**

El Capex de la unidad de prensa se mantiene bajo control, alcanzando 289 mil euros en el primer trimestre de 2014.

d_ EBITDA

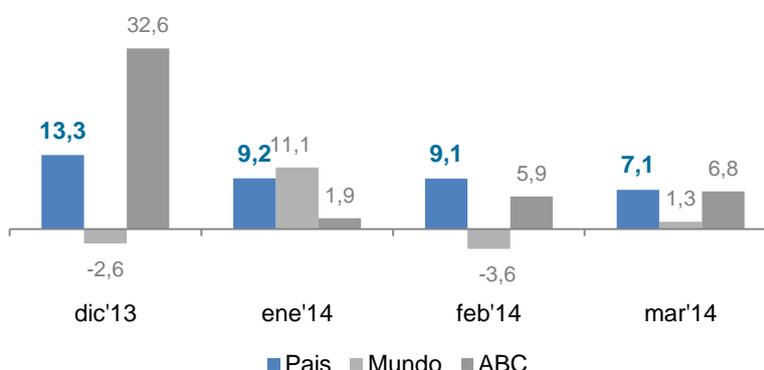
El EBITDA del primer trimestre de 2014 ha sido negativo en 5,97 millones de euros. Excluyendo el impacto de extraordinarios, el EBITDA habría sido positivo en 2,77 millones de euros.

e_ Desarrollo Digital

Destaca el desarrollo de la actividad digital en el negocio de prensa:

- El mercado de publicidad en prensa digital ha crecido en cada uno de los últimos 12 meses a excepción de mayo de 2013. En este entorno de crecimiento, PRISA tiene una cuota de mercado del 23,4% en marzo de 2014, lo cual compara con una cuota de mercado del 24,0% en marzo de 2013. Se detalla a continuación la evolución de la publicidad digital en prensa desde diciembre de 2013.

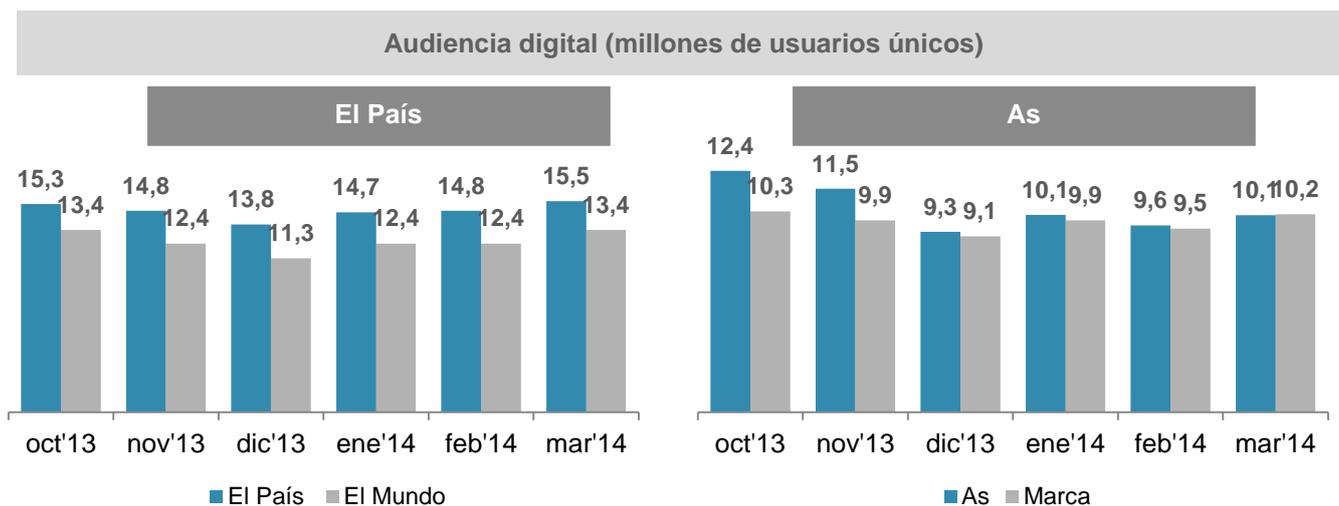
Crecimiento de publicidad digital (%)



Fuente: AEDE Marzo 2014

- Los ingresos de soportes digitales de PRISA Noticias se incrementan en un +17,2%** durante el primer trimestre de 2014 y alcanzan ya 7,23 millones de euros o un 11% de los ingresos de la división.
- Los ingresos de publicidad digital crecen un +13,6%** y representan ya un 29% de los ingresos publicitarios de la división.

- **Los navegadores únicos** de las páginas web del El País crecieron un +9,7%, alcanzando 40,4 millones de media (incluyendo Elpaís.com, Meristation, SModa y Clasificados). En las páginas de As.com, el crecimiento de navegadores únicos fue del 42,7% alcanzando 31,5 millones de media.
- **En términos de usuarios únicos**, según Comscore, en prensa generalista, El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 15,5 millones de usuarios a marzo de 2014. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a marca en marzo 2014, alcanzando 10,1 millones de usuarios únicos, (en febrero 2014, As tenía una posición de liderazgo frente a Marca, alcanzando 9,6 millones de usuarios únicos).



Fuente: COMSCORE Marzo 2014

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

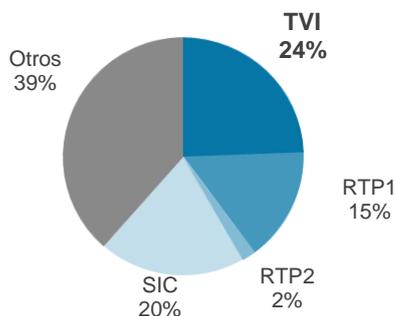
6_ MEDIA CAPITAL

MEDIA CAPITAL	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos	39,86	39,26	1,5%
Publicidad	23,55	22,36	5,3%
Otros	16,31	16,90	(3,5%)
Gastos de explotación	34,49	36,09	(4,4%)
EBITDA	5,37	3,16	69,8%
% margen	13,5%	8,1%	
EBIT	3,05	0,57	---
% margen	7,6%	1,4%	
Efectos extraordinarios en gastos	0,27	0,80	
Indemnizaciones	0,27	0,80	
EBITDA ajustado	5,64	3,96	42,5%
% margen ajustado	14,1%	10,1%	
EBIT ajustado	3,32	1,36	143,9%
% margen ajustado	8,3%	3,5%	

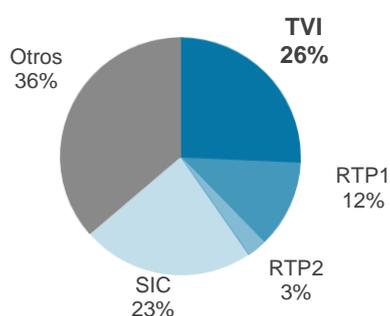
a_ Posición de mercado

TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 24,4% y 26,9% respectivamente.

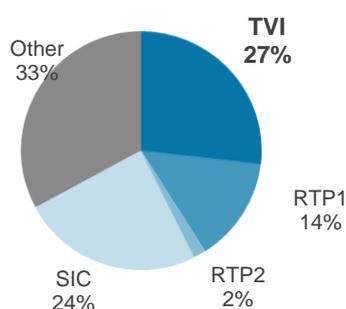
Enero - Marzo 2014 (24hrs)



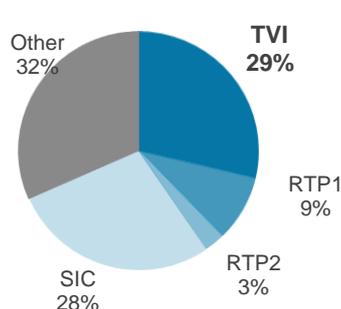
Enero - Marzo 2013 (24hrs)



Enero - Marzo 2014 (prime time)



Enero - Marzo 2013 (prime time)



Source: Gfk March 2014

La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital alcanza el 31,9%. Por cadenas:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 21,3%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 6,2% (5,5% en 2013)
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3,9%

b_ Ingresos de explotación

Media Capital registró en el primer trimestre de 2014 unos ingresos de 39,86 millones de euros (+1,5% con respecto al mismo periodo de 2013). Dichos ingresos se deben principalmente al crecimiento de los ingresos publicitarios en un +5,3% que compensa la caída de prestación de servicios y otros ingresos.

TVI, líder en televisión en abierto de Portugal alcanzó en el primer trimestre de 2014 unos ingresos de 32,68 millones de euros, lo que supone un crecimiento del +5,0% respecto del mismo periodo de 2013. Este crecimiento se consigue gracias a:

- la mejora en los ingresos publicitarios que crecen un +4,8% en el periodo en comparación con el +4,7% del mercado publicitario de la TV en abierto en Portugal (según estimaciones internas)
- la mejora en venta de productos que crecen en un +29,5% 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 +5,0%. Los ingresos publicitarios crecen un +4,7%, comportándose mejor que el mercado de Radio en Portugal (que ha caído un -2,0% en el periodo) y ganando cuota de mercado.

c_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación se redujeron en un -4,4% (-3,1% ajustado de efectos no recurrentes) en el primer trimestre de 2014. Media Capital mantiene un capex de 600 mil euros en el primer trimestre de 2014.

d_ EBITDA

El anterior comportamiento lleva a un fuerte crecimiento de EBITDA, que se incrementa de 3,16 millones de euros en el primer trimestre de 2013 a 5,37 millones de euros en el mismo periodo de 2014 (+69,8%).

e_ Desarrollo digital

- Los ingresos de publicidad digitales se incrementan en un 10% en el primer trimestre de 2014 aunque aún tienen un peso limitado en la división.
- Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital decrecieron un -6%, alcanzando 5,6 millones de media a marzo 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

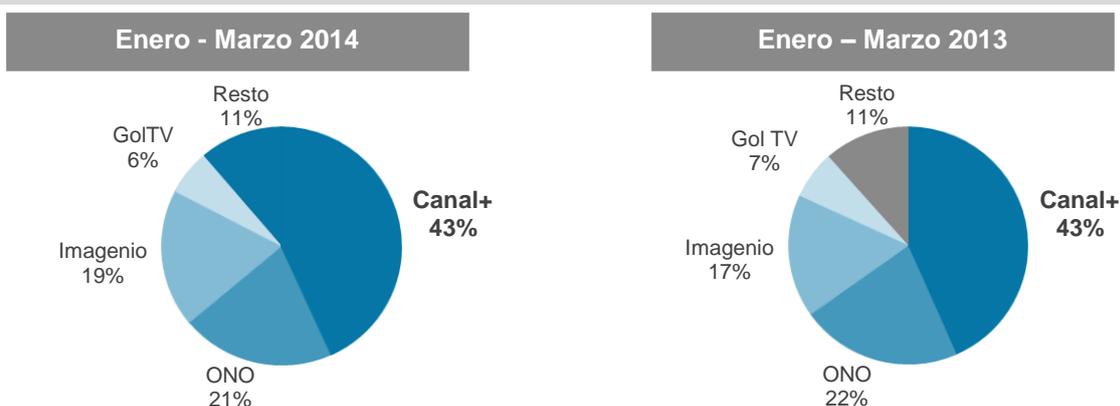
7_ CANAL+

CANAL+	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Ingresos	292,58	300,61	(2,7%)
Abonados satélite	217,45	225,72	(3,7%)
Abonados otros operadores	57,66	59,52	(3,1%)
Otros	17,47	15,37	13,7%
Gastos de explotación	291,27	285,15	2,1%
EBITDA	1,31	15,46	(91,5%)
% margen	0,4%	5,1%	
EBIT	(19,19)	(8,61)	(122,8%)
% margen	(6,6%)	(2,9%)	
Efectos extraordinarios en ingresos	0,60	0,60	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,60	0,60	
Efectos extraordinarios en gastos	(0,09)	1,11	
Indemnizaciones	(0,69)	0,52	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,60	0,60	
Ingresos ajustados	291,98	300,01	(2,7%)
EBITDA ajustado	0,62	15,98	(96,1%)
% margen ajustado	0,2%	5,3%	
EBIT ajustado	(19,9)	(8,1)	(145,5%)
% margen ajustado	-6,8%	-2,7%	

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.

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

Posición de mercado de Canal+


Fuente: Estimaciones internas (1T 2014)

b_ Ingresos de explotación

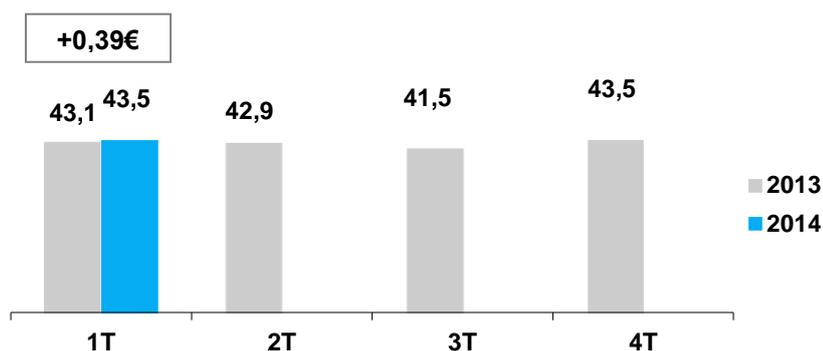
Los ingresos decrecieron un -2,7% durante el primer trimestre de 2014. Ello viene explicado principalmente por la caída en ingresos de abonados de satélite (-3,7% o -8,27 millones de euros) y menores ingresos de abonados de otras plataformas (-3,1% o -1,86 millones de euros) así como menor prestación de servicios (-29,6% o -1,79 millones de euros).

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

Abonados de satélite de Canal+

	Mar 2014	Dic 2013	Var. Abs
Satélite (DTH)	1.631.607	1.620.632	10.975

El **ARPU de los abonados del satélite** en 1T 2014 se situó en 43,5 euros de media, por encima de los 43,1 euros de media en el primer trimestre de 2013.

Evolución ARPU Canal+ (€)


El número de abonados con **iPlus** se siguió incrementando. A marzo de 2014 el número de abonados de **iPlus** se situó en 649.214, lo que supone un incremento de 47.383 respecto a marzo de 2013 y una penetración del 39,8%.

La **tasa de cancelaciones se situó en 16,5%**, algo más baja que el 16,6% de marzo de 2013 y suponiendo una importante mejora desde el 18% de diciembre de 2013.

c_ Gastos de explotación y Capex

Como en el resto de unidades de negocio, el Grupo mantiene su política de control de costes. Los gastos de explotación se incrementaron en +2,1% durante el primer trimestre de 2014 lo cual viene explicado por el incremento de compras y consumos del +3,2% (principalmente por la inflación de costes de los derechos del fútbol), el incremento de los servicios exteriores (en un +1,8%) y la reducción de los gastos de personal (en un -7,4% o un -1,5% ajustado de efectos no recurrentes).

Excluyendo el impacto de los costes del fútbol, los gastos de explotación se habrían reducido en 6,4 millones de euros o un -5,4%.

d_ EBITDA

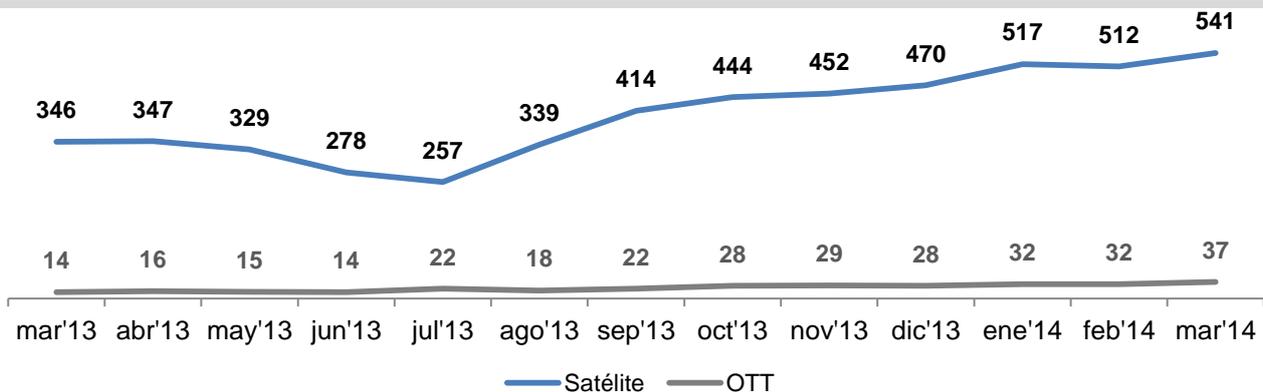
El **EBITDA alcanzó los 1,31 millones de euros en el primer trimestre de 2014, con una caída del -91,5%** frente al mismo periodo de 2013. Ajustado por el impacto de los efectos extraordinarios, el EBITDA alcanzó 0,62 millones de euros, una caída del -96,1%. Ello se debe principalmente al incremento del coste de los derechos de fútbol.

e_ Desarrollo Digital

En el desarrollo digital de la plataforma, destaca el comportamiento de **YOMVI** que alcanzó en marzo los **578 mil usuarios únicos**, de los cuales 541 mil son además abonados de satélite (penetración del 33,2%). Esto se compara con los 346 mil a marzo de 2013 (penetración del 20,5%).

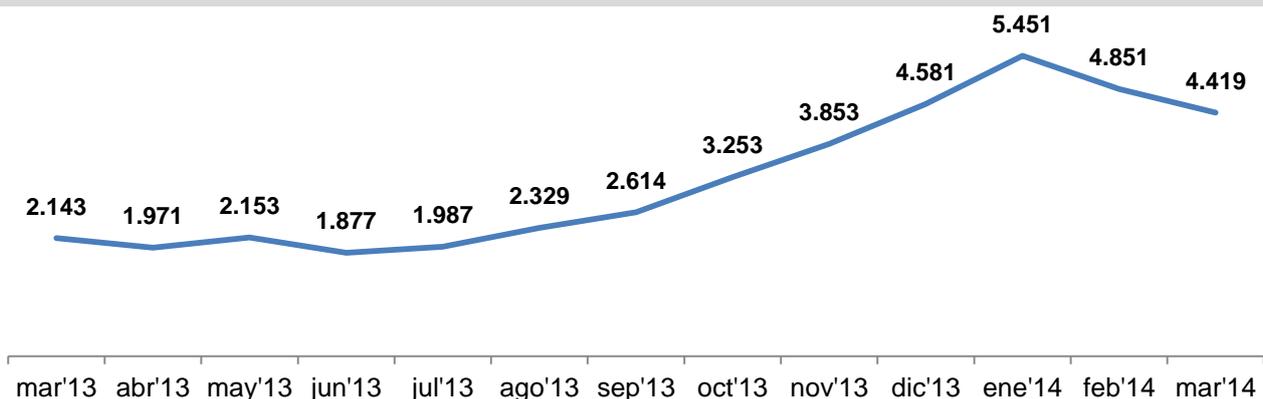
Se detalla a continuación la evolución de los usuarios de Yomvi de los últimos 12 meses:

Evolución de usuarios de Yomvi (miles de usuarios)



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 2,14 millones en marzo de 2013, a 4,42 millones en marzo de 2014.

Evolución de descargas de Yomvi (miles)



8_ DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
EBIT	(10,51)	22,67	(146,3)
<i>Margen EBIT</i>	-1,7%	3,3%	
Resultado Financiero	(47,88)	(39,03)	(22,7)
Gastos por intereses de financiación	(34,54)	(25,05)	(37,9)
Otros resultados financieros	(13,34)	(13,99)	4,6
Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones	(3,65)	1,88	-
Resultado antes de impuestos	(62,04)	(14,48)	-
Impuesto sobre sociedades	10,22	4,36	134,4
Resultado de operaciones en discontinuación	(0,07)	(0,04)	(65,0)
Resultado atribuido a socios externos	4,32	(1,87)	-
Resultado Neto	(47,57)	(12,03)	-

a_ Resultado financiero:

Se incrementa en 8,85 millones de euros (+22,7%), incluyendo un incremento en “**Gastos por intereses de financiación**” (+37,9% o 9,50 millones de euros), y una reducción de “**Otros Gastos Financieros**” (de 0,65 millones de euros o un -4,6%) principalmente por la amortización de los gastos de formalización de los pasivos financieros con la banca acreedora y las diferencias de tipo de cambio.

e_ El resultado por puesta en equivalencia

Recoge fundamentalmente la estimación del 17,336% del resultado de Mediaset España. En el primer trimestre de 2014, los resultados por puesta en equivalencia incluyen los de Radio México y Costa Rica que en 2013 estaban consolidados por integración proporcional.

f_ El resultado atribuido a socios externos

Se explica 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 (20% desde el mes de diciembre de 2013 como consecuencia de un acuerdo firmado con un socio minoritario para su futura salida del accionariado).

9_ POSICION FINANCIERA

a_ Estado de flujos de efectivo

		31/03/2014	31/03/2013	Var.
Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al inicio del ejercicio		282,34	133,32	149,02
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones		43,79	76,20	(32,42)
Variación del circulante		3,52	(2,80)	6,33
Cash flow operativo	(I)	47,31	73,40	(26,09)
Inversiones/desinversiones operativas (Capex)		(30,95)	(48,91)	17,96
Inversiones/desinversiones en inmovilizado financiero		(25,07)	(0,51)	(24,57)
Put Media Capital		0,00	(24,49)	24,49
Cash flow de inversión	(II)	(56,03)	(73,91)	17,88
Ejercicio de warrants		1,77	0,03	1,74
Pago de intereses		(6,33)	(22,19)	15,86
Pago de dividendos		(1,50)	(1,79)	0,29
Otros cobros/pagos financieros		(2,63)	(2,45)	(0,18)
Cash flow de financiación excluyendo disposición / (amortización) de deuda		(8,69)	(26,40)	17,72
Disposición/ amortización de deuda con entidades de crédito		69,24	35,20	34,04
Cash flow de financiación	(III)	60,55	8,79	51,76
Pago de impuestos		(9,75)	(17,90)	8,15
Indemnizaciones		(9,24)	(8,66)	(0,58)
Impacto del tipo de cambio		(16,40)	(2,05)	(14,35)
Efecto perímetro		(11,92)	0,00	(11,92)
Otros		(8,51)	(4,63)	(3,88)
Otros movimientos del cash flow	(IV)	(55,82)	(33,24)	(22,58)
Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio (I)+(II)+(III)+(IV)		(3,98)	(24,96)	20,98
Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al final del período		278,37	108,37	170,01

Cash flow de inversión

- A continuación se resume el detalle de las inversiones operativas (Capex) por unidad de negocio:

Capex	Mar. 2014	Mar. 2013	Var. (%)
Audiovisual	(12,92)	(25,06)	12,14
Educación	(17,31)	(22,00)	4,68
Radio	(0,53)	(0,93)	0,40
Prensa	(0,27)	(0,32)	0,05
Otros	(0,04)	(0,65)	0,62
Capex (inversión)	(31,07)	(48,96)	17,89
Capex (desinversión)	0,12	0,05	0,06
Total	(30,95)	(48,91)	17,96

- A marzo de 2014 se incluye la colocación de 25 millones de euros de la tesorería en inversiones financieras a largo plazo, disponible en todo momento pero con un vencimiento establecido conforme al contrato a más de doce meses (mayo de 2015).
- En 2013 se recogía el pago derivado del ejercicio de la put sobre Media Capital, financiado en su totalidad con deuda.

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 de deuda con entidades de crédito es el siguiente:

Disposición de deuda	Mar. 2014	Mar. 2013	Var. (%)
Audiovisual	42,85	(12,74)	55,59
Educación	23,60	20,64	2,95
Radio	0,05	(0,15)	0,20
Prensa	(0,39)	0,01	(0,39)
Otros	3,13	27,43	(24,31)
Total	69,24	35,20	34,04

- Otros: En 2013 se incluía la mayor deuda destinada a financiar la put de Media Capital.

Otros movimientos del cash flow

- Impuestos:** El menor pago de impuestos se debe al área de Educación (Brasil), tratándose de un efecto temporal por la estacionalidad en el cobro de la venta pública en este país, que se compensará en los próximos meses.
- 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 (-5,33 millones de euros)
 - El impacto de la reclasificación de la caja de Educación- Generales a "Activos mantenidos para la venta" (-6,59 millones de euros).

Posición financiera neta

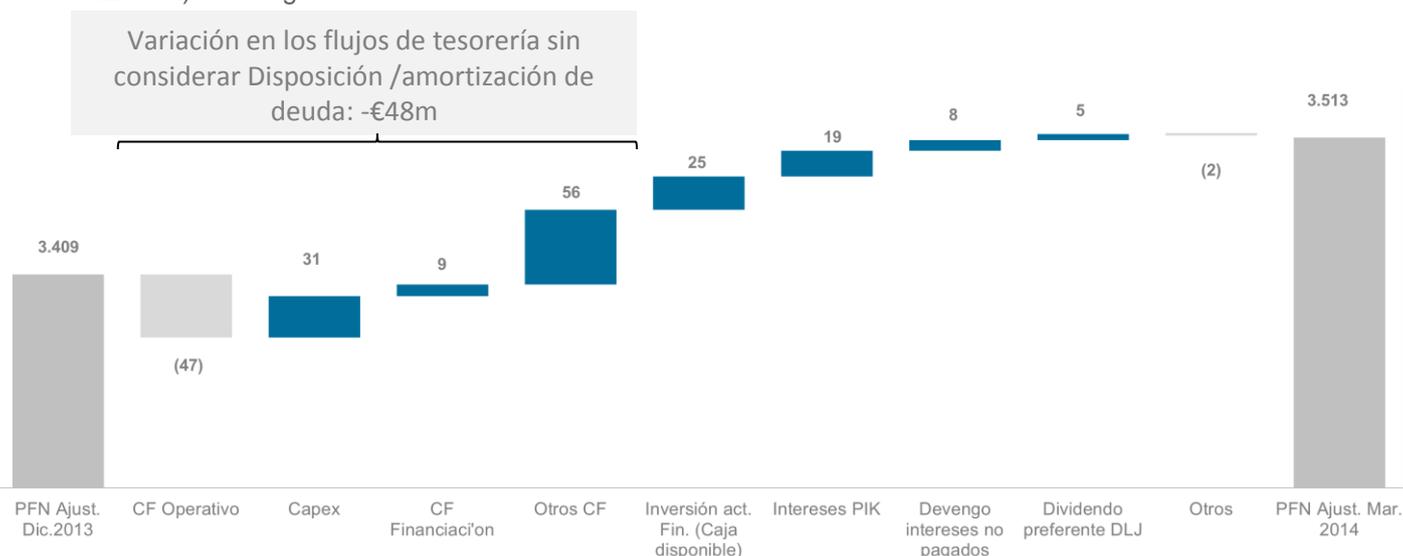
	31/03/2014	31/12/2013
Deuda con entidades de crédito	3.505,75	3.401,08
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes+Inversiones financieras corrientes	(278,37)	(282,34)
Deuda neta bancaria	3.227,39	3.118,74
Otra deuda financiera	113,50	108,67
Dividendo preferente DLJ	108,77	104,06
Cupón bono convertible	4,48	4,36
Otros	0,24	0,24
Deuda neta total	3.340,88	3.227,41
Gastos de formalización	171,73	182,02
Deuda neta total ajustada	3.512,62	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 PRISA** (excluyendo el impacto de los gastos de formalización) es la siguiente:



La deuda neta total ajustada de **Grupo PRISA** durante el período se incrementa por:

- La generación de caja operativa reduce deuda en 47 millones de euros
- Las inversiones (Capex) suman 31 millones de euros (18 millones menos que marzo 2013)
- La caja de actividades de financiación aumentan la deuda en 9 millones de euros
- Otros elementos del estado de flujos de efectivo incrementan la deuda en 56 millones de euros incluyendo: 10 millones de impuestos pagados, 9 millones de gastos por indemnizaciones, 16 millones de impacto negativo del tipo de cambio y cambios en el perímetro de consolidación
- 25 millones de euros de inversiones en activos financieros (caja disponible pero clasificada como inversión a largo plazo)
- El coste fijo capitalizable (PIK) asociado a parte de la deuda refinanciada, por importe de 19,20 millones de euros.
- Los intereses devengados en el período no pagados, por importe de 7,71 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 4,71 millones de euros.

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**

1_ BALANCE DE SITUACIÓN

Millones de euros	ASSETS	
	03/31/2014	12/31/2013
ACTIVO NO CORRIENTE	4.930,31	4.929,07
Inmovilizado material	246,42	262,09
Fondo de comercio	2.449,43	2.482,22
Inmovilizado inmaterial	275,96	285,48
Inversiones financieras no corrientes	77,81	52,79
Sociedades puestas en equivalencia	631,92	597,26
Activos por impuestos diferidos	1.243,70	1.244,01
Otros activos no corrientes	5,07	5,22
ACTIVOS CORRIENTES	1.729,04	1.774,80
Existencias	227,69	240,25
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1.222,99	1.252,21
Inversiones financieras corrientes	179,70	142,91
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	98,66	139,43
ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	63,83	0,06
TOTAL ACTIVO	6.723,19	6.703,93

Millones de euros	LIABILITIES	
	03/31/2014	12/31/2013
PATRIMONIO NETO	1.497,30	1.569,33
Capital suscrito	122,95	105,27
Reservas	1.473,18	2.149,98
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	(47,57)	(648,70)
Socios Externos	-51,26	-37,22
PASIVOS NO CORRIENTES	3.552,30	3.524,74
Deudas con entidades de crédito	3.267,07	3.238,86
Otros pasivos financieros no corrientes	105,95	106,81
Pasivos por impuestos diferidos	30,05	29,65
Provisiones	96,86	95,22
Otros pasivos no corrientes	52,36	54,20
PASIVOS CORRIENTES	1.642,59	1.609,86
Deudas con entidades de crédito	238,68	162,23
Otros pasivos financieros corrientes	53,05	46,18
Acreedores comerciales	1.050,70	1.092,92
Otras deudas corrientes	211,50	233,28
Ajustes por periodificación	88,66	75,26
PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA	30,99	0,00
TOTAL PASIVO	6.723,18	6.703,93

Los Activos y Pasivos mantenidos para la venta incluyen la reclasificación de los activos y pasivos de Ediciones Generales, tras el acuerdo para su venta firmado en el primer trimestre de 2014.

2_ DATOS FINANCIEROS ACUMULADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO
a_ Desglose de ingresos de explotación

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - MARZO			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros					
Audiovisual	332,12	339,87	(2,3%)	52,9%	50,1%
Canal+*	292,58	300,61	(2,7%)		
Abonados	217,45	225,72	(3,7%)		
Publicidad	7,96	8,03	(0,9%)		
Otros	67,16	66,85	0,5%		
Media Capital	39,86	39,26	1,5%		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,32)	0,00	---		
Educación - Editorial	170,93	200,35	(14,7%)	27,2%	29,5%
España y Portugal	6,70	5,47	22,5%		
Latam y USA	164,24	194,88	(15,7%)		
Radio	61,83	69,51	(11,0%)	9,8%	10,2%
Radio España	36,06	36,81	(2,0%)		
Radio Internacional	23,94	30,48	(21,5%)		
Música	3,07	3,77	(18,5%)		
Ajustes de consolidación	(1,24)	(1,56)	20,3%		
Prensa	65,80	66,68	(1,3%)	10,5%	9,8%
El País	47,65	45,12	5,6%		
AS	13,25	14,21	(6,8%)		
Cinco Días	2,76	3,11	(11,3%)		
Revistas	2,37	4,71	(49,7%)		
Impresión**	2,49	2,77	(10,2%)		
Distribución***	n.a.	n.a.	n.a.		
Otros y Ajustes de consolidación	(2,71)	(3,24)	16,3%		
Otros	13,76	15,22	(9,6%)	2,2%	2,2%
Prisa Brand Solutions	4,79	5,01	(4,5%)		
Otros****	8,97	10,22	(12,2%)		
Ajustes de consolidación	(16,48)	(12,88)	(28,0%)	(2,6%)	(1,9%)
TOTAL	627,96	678,75	(7,5%)	100,0%	100,0%

* Después de la fusión de Prisa TV con Prisa, y para efectos comparativos, Canal+ incluye sólo el negocio de la TV de pago mientras que el resto de actividades de Prisa TV está incluido en Ajustes de Consolidación y Otros

** 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 - MARZO			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros					
Audiovisual	31,51	30,39	3,7%	29,1%	25,9%
Canal+*	7,96	8,03	(0,9%)		
Media Capital	23,55	22,36	5,3%		
Radio**	56,68	63,25	(10,4%)	52,3%	53,9%
Radio España	33,45	34,44	(2,9%)		
Radio Internacional	23,156	28,820	(19,7%)		
Música	0,07	0,05	43,8%		
Ajustes de consolidación	(0,00)	(0,06)	98,4%		
Prensa	21,87	24,48	(10,6%)	20,2%	20,9%
El País	15,57	17,26	(9,7%)		
AS	3,64	3,83	(4,8%)		
Cinco Días	1,30	1,71	(23,8%)		
Revistas	1,21	1,68	(28,2%)		
Otros y Ajustes de consolidación	0,15	0,01	---		
Otros	0,03	0,37	(92,2%)	0,0%	0,3%
Ajustes de consolidación	(1,81)	(1,19)	(52,2%)	(1,7%)	(1,0%)
TOTAL	108,28	117,30	(7,7%)	100,0%	100,0%

* Después de la fusión de Prisa TV con Prisa, y para efectos comparativos, Canal+ incluye sólo el negocio de la TV de pago mientras que el resto de actividades de Prisa TV está incluido en Ajustes de Consolidación y Otros

**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 - MARZO			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013
Audiovisual	325,44	321,25	1,3%	55,3%	53,5%
Canal+*	291,27	285,15	2,1%		
Media Capital	34,49	36,09	(4,4%)		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,32)	0,00	---		
Educación - Editorial	125,25	138,34	(9,5%)	21,3%	23,0%
España y Portugal	24,46	24,03	1,8%		
Latam y USA	100,79	114,31	(11,8%)		
Radio	59,47	67,05	(11,3%)	10,1%	11,2%
Radio España	37,49	40,24	(6,8%)		
Radio Internacional	19,70	24,41	(19,3%)		
Música	3,52	3,96	(11,0%)		
Ajustes de consolidación	(1,24)	(1,56)	20,4%		
Prensa	71,77	64,53	11,2%	12,2%	10,7%
El País	55,17	44,25	24,7%		
AS	11,98	12,65	(5,3%)		
Cinco Días	3,00	3,09	(3,1%)		
Revistas	2,60	5,77	(54,9%)		
Impresión**	1,54	1,97	---		
Distribución***	n.a.	n.a.	n.a.		
Otros y Ajustes de consolidación	(2,53)	(3,19)	20,9%		
Otros Gastos	23,25	23,24	0,0%	3,9%	3,9%
Prisa Brand Solutions	4,53	4,68	(3,4%)		
Otros****	18,73	18,56	0,9%		
Ajustes de consolidación	(16,39)	(14,07)	(16,5%)	(2,8%)	(2,3%)
TOTAL	588,79	600,34	(1,9%)	100,0%	100,0%

* Después de la fusión de Prisa TV con Prisa, y para efectos comparativos, Canal+ incluye sólo el negocio de la TV de pago mientras que el resto de actividades de Prisa TV está incluido en Ajustes de Consolidación y Otros

** 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 - MARZO			MARGEN		% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013
Audiovisual	6,68	18,62	(64,1%)	2,0%	5,5%	17,0%	23,7%
Canal+*	1,31	15,46	(91,5%)	0,4%	5,1%		
Media Capital	5,37	3,16	69,8%	13,5%	8,1%		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,00)	0,00	---	0,3%	#¡DIV/0!		
Educación - Editorial	45,69	62,01	(26,3%)	26,7%	31,0%	116,6%	79,1%
España y Portugal	(17,8)	(18,56)	4,3%	(265,2%)	(339,6%)		
Latam y USA	63,45	80,58	(21,3%)	38,6%	41,3%		
Radio	2,36	2,45	(3,7%)	3,8%	3,5%	6,0%	3,1%
Radio España	(1,43)	(3,43)	58,3%	(4,0%)	(9,3%)		
Radio Internacional	4,24	6,07	(30,1%)	17,7%	19,9%		
Música	(0,45)	(0,19)	(139,6%)	(14,6%)	(5,0%)		
Prensa	(6,0)	2,16	---	(9,1%)	3,2%	(15,2%)	2,7%
El País	(7,53)	0,88	---	(15,8%)	1,9%		
AS	1,27	1,57	(19,3%)	9,6%	11,0%		
Cinco Días	(0,24)	0,02	---	(8,7%)	0,5%		
Revistas	(0,23)	(1,06)	78,0%	(9,8%)	(22,5%)		
Impresión**	0,95	0,80	18,2%	38,2%	29,0%		
Distribución***	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,19)	(0,05)		7,0%	1,6%		
Otros	(9,5)	(8,0)	(18,4%)	(69,0%)	(52,7%)	(24,2%)	(10,2%)
Prisa Brand Solutions	0,26	0,33	(19,7%)	5,5%	6,5%		
Otros****	(9,8)	(8,34)	(16,9%)	(108,7%)	(81,7%)		
TOTAL	39,17	78,41	(50,0%)	6,2%	11,6%	100,0%	100,0%

* Después de la fusión de Prisa TV con Prisa, y para efectos comparativos, Canal+ incluye sólo el negocio de la TV de pago mientras que el resto de actividades de Prisa TV está incluido en Ajustes de Consolidación y Otros

** 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 - MARZO			MARGEN		% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013
Audiovisual	(16,1)	(8,0)	(100,6%)	(4,9%)	(2,4%)	153,6%	(35,5%)
Canal+*	(19,2)	(8,6)	(122,8%)	(6,6%)	(2,9%)		
Media Capital	3,05	0,57	---	7,6%	1,4%		
Otros y Ajustes de consolidación	0,000	0,00	(100,0%)	0,0%	#¡DIV/0!		
Educación - Editorial	28,47	45,00	(36,7%)	16,7%	22,5%	(271,1%)	198,5%
España y Portugal	(19,7)	(20,77)	5,3%	(293,7%)	(380,0%)		
Latam y USA	48,15	65,78	(26,8%)	29,3%	33,8%		
Radio	(0,9)	(2,3)	59,9%	(1,5%)	(3,4%)	8,9%	(10,3%)
Radio España	(3,70)	(6,42)	42,4%	(10,2%)	(17,4%)		
Radio Internacional	3,30	4,35	(24,1%)	13,8%	14,3%		
Música	(0,54)	(0,26)	(108,6%)	(17,4%)	(6,8%)		
Prensa	(9,8)	(1,2)	---	(14,9%)	(1,8%)	93,1%	(5,4%)
El País	(9,91)	(1,3)	---	(20,8%)	(2,8%)		
AS	0,88	1,28	(31,4%)	6,6%	9,0%		
Cinco Días	(0,34)	(0,0)	---	(12,2%)	(0,6%)		
Revistas	(0,33)	(1,12)	70,2%	(14,1%)	(23,8%)		
Impresión**	0,16	(0,0)	---	6,4%	(1,1%)		
Distribución***	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,23)	(0,06)		8,5%	1,7%		
Otros	(12,0)	(11,5)	(4,3%)	(87,5%)	(75,8%)	114,6%	(50,9%)
Prisa Brand Solutions	0,00	0,24	(100,0%)	0,0%	4,8%		
Otros****	(12,0)	(11,79)	(2,2%)	(134,2%)	(115,4%)		
TOTAL	(10,51)	22,67	(146,3%)	(1,7%)	3,3%	100,0%	100,0%

* Después de la fusión de Prisa TV con Prisa, y para efectos comparativos, Canal+ incluye sólo el negocio de la TV de pago mientras que el resto de actividades de Prisa TV está incluido en Ajustes de Consolidación y Otros

** 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 - MARZO			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013
Total ingresos de explotación	627,96	678,75	(7,48)	100,0%	100,0%
Publicidad	108,28	117,30	(7,69)	17,2%	17,3%
Libros y formación	167,50	197,01	(15,0)	26,7%	29,0%
Periódicos y revistas	27,58	32,50	(15,1)	4,4%	4,8%
Ingresos de abonados	217,45	225,72	(3,7)	34,6%	33,3%
Ingresos de abonados otros operadores	57,75	59,63	(3,1)	9,2%	8,8%
Producción audiovisual	5,97	5,46	9,38	1,0%	0,8%
Otros ingresos	43,43	41,13	5,6	6,9%	6,1%
Efectos extraordinarios en ingresos	(2,94)	0,60			
Ajuste patrocinios publicidad	1,05	0,60			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(3,99)	0,00			
Total ingresos de explotación ajustados	630,90	678,15	(6,97)		

b_ Gastos de explotación

Millones de euros	ENERO - MARZO			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013
Total gastos de explotación	588,79	600,34	(1,92)	100,0%	100,0%
Compras y consumos	279,06	281,90	(1,01)	47,4%	47,0%
Servicios exteriores	179,34	183,78	(2,4)	30,5%	30,6%
Gastos de personal	130,36	134,65	(3,2)	22,1%	22,4%
Otros gastos de explotación	0,03	0,01	-	0,0%	0,0%
Efectos extraordinarios en gastos	16,43	5,07			
Indemnizaciones	11,94	4,47			
Ajuste patrocinios publicidad	1,05	0,60			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(2,57)				
Complemento jubilación no recurrente	6,00				
Total gastos de explotación ajustados	572,36	595,27	(3,85)	100,0%	100,0%
Compras y consumos	279,08	281,90	(1,00)	48,8%	47,4%
Servicios exteriores	173,94	183,18	(5,0)	30,4%	30,8%
Gastos de personal	119,31	130,18	(8,3)	20,8%	21,9%
Otros gastos de explotación	0,03	0,01	-	0,0%	0,0%

Gastos por origen geográfico (ajustados por extraordinarios y por el impacto del fútbol):

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2014	2013	Var. %
Compras y consumos	100,51	115,85	(13,2)
España	57,57	62,88	(8,4)
Internacional	42,94	52,97	(18,9)
Servicios exteriores	173,94	183,18	(5,0)
España	105,00	110,31	(4,8)
Internacional	68,95	72,87	(5,4)
Gastos de personal	119,31	130,18	(8,3)
España	73,25	80,93	(9,5)
Internacional	46,06	49,26	(6,5)
Otros gastos de explotación	0,03	0,01	-
Total gastos de explotación ajustados	393,79	429,22	(8,3)
España	235,85	254,12	(7,2)
Internacional	157,95	175,10	(9,8)

Excluyendo indemnizaciones y el impacto de fútbol

4_ OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

1. Durante el primer trimestre de 2014, como consecuencia de la ejecución parcial de la ampliación de capital dineraria, PRISA 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 PRISA (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, PRISA 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 PRISA 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 PRISA 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 PRISA) reconoce a Telefónica y Mediaset España a adquirir la participación accionarial ostentada por PRISA 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)

5_ 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 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-MARZO	
	2014	2013
GRUPO PRISA		
EBITDA ajustado	39,17	78,41
Dotación amortizaciones	(41,77)	(48,36)
Provisiones de circulante	(7,33)	(6,68)
Provisiones de inmovilizado	(0,58)	(0,69)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(10,51)	22,68
1. EDUCACIÓN	2014	2013
EBITDA ajustado	45,69	62,01
Dotación amortizaciones	(14,77)	(15,94)
Provisiones de circulante	(1,88)	(0,96)
Provisiones de inmovilizado	(0,56)	(0,11)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	28,47	45,00
2. RADIO	2014	2013
EBITDA ajustado	2,36	2,45
Dotación amortizaciones	(2,58)	(3,19)
Provisiones de circulante	(0,71)	(1,59)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(0,94)	(2,33)
Radio España	2014	2013
EBITDA ajustado	(1,43)	(3,43)
Dotación amortizaciones	(1,77)	(1,94)
Provisiones de circulante	(0,49)	(1,05)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(3,70)	(6,42)
Radio Internacional	2014	2013
EBITDA ajustado	4,24	6,07
Dotación amortizaciones	(0,70)	(1,18)
Provisiones de circulante	(0,24)	(0,54)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	3,30	4,35
Otros	2014	2013
EBITDA ajustado	(0,45)	(0,19)
Dotación amortizaciones	(0,11)	(0,07)
Provisiones de circulante	0,02	0,00
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(0,54)	(0,26)

(Millones de euros)	ENERO-MARZO	
3. PRENSA	2014	2013
EBITDA ajustado	(5,97)	2,16
Dotación amortizaciones	(2,52)	(2,56)
Provisiones de circulante	(1,27)	(0,81)
Provisiones de inmovilizado	(0,02)	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(9,78)	(1,21)
El País	2014	2013
EBITDA ajustado	(7,53)	0,88
Dotación amortizaciones	(1,53)	(1,55)
Provisiones de circulante	(0,86)	(0,60)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(9,91)	(1,27)
As	2014	2013
EBITDA ajustado	1,27	1,57
Dotación amortizaciones	(0,11)	(0,09)
Provisiones de circulante	(0,28)	(0,19)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	0,88	1,28
Cinco Días	2014	2013
EBITDA ajustado	(0,24)	0,02
Dotación amortizaciones	(0,03)	(0,03)
Provisiones de circulante	(0,05)	(0,01)
Provisiones de inmovilizado	(0,02)	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(0,34)	(0,02)
Distribución(*)	2014	2013
EBITDA ajustado	0,00	0,07
Dotación amortizaciones	0,00	(0,10)
Provisiones de circulante	0,00	(0,02)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	0,00	(0,05)
Otros	2014	2013
EBITDA ajustado	0,53	(0,38)
Dotación amortizaciones	(0,84)	(0,79)
Provisiones de circulante	(0,09)	0,01
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(0,41)	(1,15)

(Millones de euros)	ENERO-MARZO	
	2014	2013
4. CANAL+		
EBITDA ajustado	1,31	15,46
Dotación amortizaciones	(17,14)	(20,87)
Provisiones de circulante	(3,36)	(3,25)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,05
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(19,19)	(8,61)
5. MEDIA CAPITAL		
EBITDA ajustado	5,37	3,16
Dotación amortizaciones	(2,22)	(2,56)
Provisiones de circulante	(0,10)	(0,04)
Provisiones de inmovilizado	0,00	0,00
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	3,05	0,57
6. OTROS		
EBITDA ajustado	(9,58)	(6,83)
Dotación amortizaciones	(2,54)	(3,25)
Provisiones de circulante	(0,01)	(0,02)
Provisiones de inmovilizado	0,00	(0,64)
Pérdidas de valor del fondo de comercio	0,00	0,00
Resultado de explotación	(12,13)	(10,74)

(*)Distribución se vende en septiembre 2013