



**Resultados trimestrales - 9M 2016**  
**PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.**

**21 de octubre de 2016**



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



## VISIÓN GENERAL

**El EBITDA ajustado** en los primeros 9 meses del año alcanza los 215 millones en euros (-8,6%) (+2,2% a tipo de cambio constante)

En el 3T se consolidan las tendencias de los primeros seis meses del año:

- **La publicidad en España** crece gracias al crecimiento digital y a los eventos.
- **Las operaciones en Latinoamérica** muestran crecimiento en moneda local en **Educación** (+9,2%).
- **La radio en LatAm** continúa mostrando debilidad principalmente en **Colombia y Chile**.
- En Portugal, **Media Capital muestra** mejora operativa impulsada por el crecimiento de ingresos publicitarios (+5,2%) y la venta de canales a terceros.
- **La evolución del tipo de cambio** en los primeros 9 meses del año impacta negativamente en ingresos (-74M€) y en EBITDA (-25 M€).
- **La deuda bancaria neta del Grupo** se sitúa en 1.587M€ a 30 de septiembre de 2016. Disminuyen en 19 M€ los gastos financieros en el periodo por la reducción de deuda.

## UNIDADES DE NEGOCIO

### EDUCACIÓN

- **En los primeros 9M del año se han cerrado en su totalidad las campañas del área sur.** Todas las campañas han aumentado ingresos **en moneda constante**, a excepción de Brasil cuya caída se compensa con el crecimiento experimentado en Perú por licitación institucional de primaria y secundaria.
- **Las campañas del Área Norte** (España y México principalmente) han tenido lugar en el 3T quedando pendientes de registrar en el 4T las devoluciones. La campaña de España se ha comportado en línea con lo esperado mostrando una ligera caída respecto al año anterior por menores novedades en 2016. México muestra crecimiento en moneda local
- Quedan pendientes de registrar en el 4T del año parte de las **ventas institucionales de Brasil**
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo en número de alumnos hasta alcanzar los 870.482. **UNO y Compartir crecen un +10 % en ingresos** (excluyendo TC). Mejora significativa de los márgenes en UNO.
- **Los ingresos ajustados** a tipo de cambio constante crecen un +5% y **el EBITDA crece un +8,3% en moneda constante** (-4,9% en euros).
- El **tipo de cambio** tiene un **impacto negativo de 58 millones de euros en ingresos** y de **23 millones de euros en EBITDA**

### RADIO

- La **publicidad en España** desciende un -2,9% en los primeros 9 meses del año moderando su caída en el 3T estanco (-0,4%). El mercado de la publicidad local es el más afectado mostrando caídas del 3% en el periodo.
- Según el último EGM, Prisa Radio en España **mantiene su liderazgo** tanto en radio generalista como en musical.
- **En LatAm**, los ingresos en moneda local bajan con caídas del -11,1% en Colombia y del -2,3% en Chile, reflejo de las dificultades macroeconómicas y específicas del sector publicitario que atraviesan ambos países.
- **El EBITDA ajustado** a tipo de cambio constante **de la Radio** disminuye 11,2 millones de euros **hasta los 32.1M€** principalmente por el comportamiento de LatAm.
- **Impacto negativo del tipo de cambio** de -14,5M€ en ingresos y -2,6M€ en EBITDA

### PRENSA

- **Los ingresos de prensa crecen un +2,1%** en el periodo. El incremento de la publicidad digital, de los eventos y de las promociones compensan la caída de la publicidad tradicional y la circulación.
- **Los ingresos publicitarios** en los primeros 9 meses aumentan un +6,5%.
  - La **publicidad digital** sube un **+20,2%** (representando ya un 41% del total de ingresos publicitarios de la división), compensando la caída en publicidad **tradicional**.
- Los **ingresos de circulación** moderan su caída (-3,4%) ayudados por la subida de precios.
- Destaca la **mejora operativa del diario As que incrementa su EBITDA un 9,5% (+0,4 millones de euros)** consolidando su estrategia de marca global, con crecimiento significativo de usuarios únicos en los distintos países en los que opera.
- A septiembre de 2016 se registran de media **88 millones de navegadores únicos** y 19,2 millones de usuarios únicos (a agosto 2016 últimas cifras disponibles).
- **El EBITDA ajustado de Prensa** incrementa un +16,6% respecto al mismo periodo del año anterior hasta alcanzar los 7,5 Millones de euros.

### MEDIA CAPITAL

- **Los ingresos publicitarios totales** de Media Capital crecen un +5,2%.
- **TVI registra un crecimiento en ingresos del 1%**. El crecimiento de ingresos publicitarios y la venta de canales a terceros compensan la caída de llamadas de valor añadido:
  - **La publicidad** crece un +4,8% en TVI.
  - **Las llamadas** de valor añadido continúan con caídas significativas (-4,2M€).
  - **La distribución de canales de TVI** en las distintas plataformas de pago ha tenido un crecimiento en los primeros 9 meses de 2,2 millones de euros.
- **La radio aumenta sus ingresos un 5,1% y su EBITDA un 3% (+0,1M€).**
- **El EBITDA ajustado de Media Capital** mejora un +2,5% (+0,6M€) respecto al mismo periodo del año anterior.



## CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Millones de euros	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
Ingresos de explotación ajustados	1.036,0	1.078,0	(3,9)	401,8	417,1	(3,7)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>214,6</b>	<b>234,7</b>	<b>(8,6)</b>	<b>117,5</b>	<b>126,0</b>	<b>(6,7)</b>
Margen EBITDA ajustado	20,7%	21,8%		29,3%	30,2%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>121,5</b>	<b>128,8</b>	<b>(5,6)</b>	<b>66,5</b>	<b>72,0</b>	<b>(7,6)</b>
Margen EBIT ajustado	11,7%	11,9%		16,6%	17,3%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
Ingresos de explotación	1.110,4	1.078,0	3,0	405,1	417,1	(2,9)
<b>EBITDA a tipo constante</b>	<b>239,8</b>	<b>234,7</b>	<b>2,2</b>	<b>119,8</b>	<b>126,0</b>	<b>(4,9)</b>
Margen EBITDA ajustado	21,6%	21,8%		29,6%	30,2%	
<b>EBIT a tipo constante</b>	<b>141,2</b>	<b>128,8</b>	<b>9,6</b>	<b>68,5</b>	<b>72,0</b>	<b>(4,9)</b>
Margen EBIT ajustado	12,7%	11,9%		16,9%	17,3%	
<b>Resultados Reportados</b>						
Ingresos de explotación	1.021,5	1.061,8	(3,8)	397,0	411,7	(3,6)
<b>EBITDA</b>	<b>198,8</b>	<b>202,0</b>	<b>(1,6)</b>	<b>112,4</b>	<b>116,9</b>	<b>(3,8)</b>
Margen EBITDA	19,5%	19,0%		28,3%	28,4%	0,0
<b>EBIT</b>	<b>106,9</b>	<b>97,0</b>	<b>10,2</b>	<b>61,9</b>	<b>63,2</b>	<b>(2,0)</b>
Margen EBIT	10,5%	9,1%		15,6%	15,3%	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(45,3)</b>	<b>(74,6)</b>	<b>39,3</b>	<b>(19,3)</b>	<b>(11,2)</b>	<b>(73,2)</b>
Gastos por intereses de financiación	(45,6)	(64,4)	29,2	(14,2)	(15,2)	6,7
Otros resultados financieros	0,2	(10,2)	102,3	(5,1)	4,1	-
<b>Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>	<b>16,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,3</b>	<b>-</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>64,3</b>	<b>24,7</b>	<b>160,2</b>	<b>43,4</b>	<b>52,3</b>	<b>(16,9)</b>
Impuesto sobre sociedades	29,6	(40,9)	172,4	11,9	13,6	(12,8)
<b>Resultado de operaciones en discontinuación</b>	<b>(0,3)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>-</b>	<b>(0,0)</b>	<b>0,2</b>	<b>(104,2)</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>20,5</b>	<b>22,0</b>	<b>(7,0)</b>	<b>7,1</b>	<b>6,1</b>	<b>17,1</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>14,0</b>	<b>43,6</b>	<b>-</b>	<b>24,4</b>	<b>32,8</b>	<b>(25,4)</b>

Durante los primeros 9 meses del año, excluyendo efectos extraordinarios y tipo de cambio:

- Los ingresos crecen un 3%.
- El EBITDA crece un 2,2%.



## EDUCACIÓN

EDUCACIÓN Millones de euros	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>513,5</b>	<b>545,1</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>234,0</b>	<b>244,8</b>	<b>(4,4%)</b>
España	151,9	159,4	(4,7%)	111,8	122,7	(8,9%)
Internacional	361,7	385,7	(6,2%)	122,2	122,1	0,1%
Portugal	4,7	5,6	(15,5%)	4,6	4,8	(3,9%)
Latam	357,0	380,1	(6,1%)	117,6	117,2	0,3%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>167,2</b>	<b>175,9</b>	<b>(4,9%)</b>	<b>104,4</b>	<b>110,2</b>	<b>(5,2%)</b>
España	68,4	69,7	(1,9%)	74,0	80,2	(7,8%)
Internacional	98,8	106,2	(6,9%)	30,45	30,0	1,7%
Portugal	0,73	1,63	(55,4%)	2,93	3,10	(5,4%)
Latam	98,1	104,5	(6,2%)	27,5	26,9	2,5%
% Margen ajustado	32,6%	32,3%		44,6%	45,0%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>99,0</b>	<b>99,0</b>	<b>0,0%</b>	<b>61,55</b>	<b>66,05</b>	<b>(6,8%)</b>
% Margen ajustado	19,3%	18,2%		26,3%	27,0%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>571,5</b>	<b>545,1</b>	<b>4,9%</b>	<b>234,9</b>	<b>244,8</b>	<b>(4,0%)</b>
España	151,9	159,4	(4,7%)	111,8	122,7	(8,9%)
Internacional	419,6	385,7	8,8%	123,1	122,1	0,9%
Portugal	4,7	5,6	(15,5%)	4,64	4,83	(3,9%)
Latam	414,9	380,1	9,2%	118,5	117,2	1,1%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>190,5</b>	<b>175,9</b>	<b>8,3%</b>	<b>106,3</b>	<b>110,2</b>	<b>(3,5%)</b>
España	68,44	69,74	(1,9%)	74,0	80,2	(7,8%)
Internacional	122,0	106,2	14,9%	32,34	30,0	8,0%
Portugal	0,7	1,6	(55,4%)	2,9	3,1	(5,4%)
Latam	121,3	104,5	16,0%	29,4	26,9	9,5%
% Margen ajustado	33,3%	32,3%		45,3%	45,0%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>117,1</b>	<b>99,0</b>	<b>18,4%</b>	<b>63,31</b>	<b>66,05</b>	<b>(4,1%)</b>
% Margen ajustado	20,5%	18,2%		26,9%	27,0%	
<b>Resultados de explotación Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>513,5</b>	<b>545,1</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>234,0</b>	<b>244,8</b>	<b>(4,4%)</b>
España	151,9	159,4	(4,7%)	111,8	122,7	(8,9%)
Internacional	361,7	385,7	(6,2%)	122,2	122,1	0,1%
<b>Gastos de explotación</b>	<b>349,7</b>	<b>371,9</b>	<b>(6,0%)</b>	<b>130,9</b>	<b>136,0</b>	<b>(3,8%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>163,8</b>	<b>173,2</b>	<b>(5,4%)</b>	<b>103,1</b>	<b>108,8</b>	<b>(5,2%)</b>
% Margen	31,9%	31,8%		44,1%	44,4%	
<b>EBIT</b>	<b>95,9</b>	<b>96,2</b>	<b>(0,3%)</b>	<b>60,6</b>	<b>64,6</b>	<b>(6,2%)</b>
% Margen	18,7%	17,7%		25,9%	26,4%	
	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>Var. %</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>Var. %</b>
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>-3,4</b>	<b>-2,7</b>		<b>-1,3</b>	<b>-1,4</b>	
Indemnizaciones	-3,4	-2,7		-1,3	-1,4	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>	<b>0,4</b>	<b>0,0</b>		<b>0,4</b>	<b>0,0</b>	



## EDUCACIÓN

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

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

#### Cuota y posición de mercado de educación K-12

País	Cuota de mercado	Posición de mercado
España	19%	1
Brasil	22,2%	2
México	15,5%	1
Argentina	30,5%	1
Chile	36,7%	1
Colombia	18,2%	1
Portugal	6,1%	3

Fuente: Estimaciones internas, datos a cierre ejercicio 2015, últimos disponibles.

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En la **evolución de ingresos** del los primeros 9 meses de 2016 cabe destacar:

- Las **campañas del área sur**: Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica Norte, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay y Perú. Estas campañas están cerradas y han mostrado en su conjunto un buen comportamiento en moneda constante. (+15,0%)
  - Destaca **Perú**, por obtención de licitación de primaria y secundaria, con un crecimiento en ingresos del 166% en moneda local.
  - Brasil** muestra una caída en ingresos del -8,4% en moneda local (-23,5% en euros) fundamentalmente explicada por el comportamiento de la campaña regular de venta privada, afectada por el trasvase de alumnos de la escuela privada a la pública. Quedan pendientes de registrar en el 4T, parte de las ventas institucionales y el comienzo de las ventas regulares de la campaña del curso siguiente.
- Las **campañas del área norte**: España y México principalmente, se han registrado en el 3T del año, quedando pendientes de registrar las devoluciones que ocurrirán durante el 4T. Las ventas registradas hasta el momento muestran en España una ligera caída explicada por las menores novedades respecto al ejercicio anterior (según lo previsto) y México muestra un crecimiento en moneda local del 2%.
- Los **sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo un 7,7% el número de alumnos hasta los 870.482. La facturación total de UNO y Compartir a tipo de cambio constante ha alcanzado los 100 millones de euros (+10%). **UNO** destaca por su mejora operativa con un crecimiento en EBITDA del 14,3% en moneda local.
- El **tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo de 58 millones de euros en ingresos y de 23 millones de euros en EBITDA. Si los tipos de cambio se mantienen en los niveles actuales, este impacto se moderará en el 4T.

Excluyendo el impacto cambiario y ajustado por extraordinarios, los ingresos ajustados crecen un 5% y el EBITDA un +8,3%.

Desde el mes de Septiembre Norma se integra en las cuentas de Santillana por consolidación global. La contribución de las sociedades de Norma a los activos netos del grupo asciende a 16 millones de euros.

### Desglose de ingresos

#### Ingresos de explotación ajustados

	ENERO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %
<b>Total Santillana</b>	<b>513,5</b>	<b>545,1</b>	<b>-5,8%</b>
<b>Educación Tradicional y Compartir</b>	<b>470,5</b>	<b>493,3</b>	<b>-4,6%</b>
Campaña Sur	198,6	208,1	-4,6%
Campaña Norte	272,0	285,2	-4,6%
<b>Sistema UNO</b>	<b>43,0</b>	<b>51,8</b>	<b>-17,0%</b>

#### Ingresos ajustados a tipo de cambio constante

	ENERO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %
<b>Total Santillana</b>	<b>571,5</b>	<b>545,1</b>	<b>4,9%</b>
<b>Educación Tradicional y Compartir</b>	<b>522,0</b>	<b>493,3</b>	<b>5,8%</b>
Campaña Sur	239,4	208,1	15,0%
Campaña Norte	282,6	285,2	-0,9%
<b>Sistema UNO</b>	<b>49,6</b>	<b>51,8</b>	<b>-4,3%</b>

### Desglose de EBITDA

#### EBITDA ajustado

	ENERO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %
<b>Total Santillana</b>	<b>167,2</b>	<b>175,9</b>	<b>-4,9%</b>
<b>Educación Tradicional y Compartir</b>	<b>154,8</b>	<b>163,8</b>	<b>-5,5%</b>
Campaña Sur	47,1	53,3	-11,5%
Campaña Norte	107,7	110,6	-2,6%
<b>Sistema UNO</b>	<b>12,4</b>	<b>12,1</b>	<b>2,8%</b>

#### EBITDA ajustado a tipo de cambio cte

	ENERO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %
<b>Total Santillana</b>	<b>190,5</b>	<b>175,9</b>	<b>8,3%</b>
<b>Educación Tradicional y Compartir</b>	<b>176,6</b>	<b>163,8</b>	<b>7,8%</b>
Campaña Sur	64,7	53,3	21,5%
Campaña Norte	111,9	110,6	1,2%
<b>Sistema UNO</b>	<b>13,8</b>	<b>12,1</b>	<b>14,3%</b>



## RADIO

RADIO Millones de euros	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>222,3</b>	<b>239,9</b>	<b>(7,4%)</b>	<b>74,7</b>	<b>78,9</b>	<b>(5,3%)</b>
España	129,5	133,8	(3,2%)	39,5	39,9	(0,9%)
Latam	84,0	100,2	(16,2%)	29,9	33,2	(10,1%)
Ajustes y Otros	8,8	5,9	48,4%	5,3	5,52	(3,8%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>29,5</b>	<b>43,3</b>	<b>(32,0%)</b>	<b>8,9</b>	<b>13,7</b>	<b>(34,8%)</b>
España	12,1	14,5	(16,7%)	1,5	2,4	(37,2%)
Latam	18,5	29,3	(36,9%)	7,9	11,0	(28,4%)
Ajustes y Otros	(1,1)	(0,5)	(122,0%)	(0,4)	0,14	---
% Margen ajustado	13,3%	18,1%		11,9%	17,4%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>20,5</b>	<b>32,6</b>	<b>(37,0%)</b>	<b>5,8</b>	<b>10,0</b>	<b>(42,2%)</b>
% Margen ajustado	9,2%	13,6%		7,7%	12,7%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>236,8</b>	<b>239,9</b>	<b>(1,3%)</b>	<b>76,8</b>	<b>78,9</b>	<b>(2,6%)</b>
España	129,5	133,8	(3,2%)	39,5	39,9	(0,9%)
Latam	98,3	100,2	(1,9%)	32,1	33,2	(3,4%)
Ajustes y Otros	9,0	5,94	52,4%	5,2	5,78	(10,3%)
<b>EBITDA ajustado a tipo de cambio constante</b>	<b>32,1</b>	<b>43,3</b>	<b>(25,9%)</b>	<b>9,4</b>	<b>13,7</b>	<b>(31,7%)</b>
España	12,1	14,5	(16,7%)	1,5	2,4	(37,2%)
Latam	21,3	29,3	(27,4%)	8,3	11,0	(24,4%)
Ajustes y Otros	(1,3)	(0,5)	(148,5%)	(0,5)	0,32	---
% Margen ajustado	13,5%	18,1%		12,2%	17,4%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>22,6</b>	<b>32,6</b>	<b>(30,7%)</b>	<b>6,1</b>	<b>10,0</b>	<b>(39,2%)</b>
% Margen ajustado	9,5%	13,6%		7,9%	12,7%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>207,7</b>	<b>223,6</b>	<b>(7,1%)</b>	<b>69,9</b>	<b>73,5</b>	<b>(4,9%)</b>
Publicidad	180,9	199,5	(9,3%)	58,9	62,1	(5,2%)
España	116,5	120,0	(2,9%)	35,5	35,6	(0,4%)
Internacional	64,4	79,5	(19,0%)	23,5	26,5	(11,5%)
Otros*	(0,0)	0,0	---	(0,0)	0,00	---
Otros	26,9	24,2	11,3%	11,0	11,4	(3,5%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>187,7</b>	<b>195,9</b>	<b>(4,2%)</b>	<b>63,3</b>	<b>64,9</b>	<b>(2,5%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>20,0</b>	<b>27,8</b>	<b>(27,9%)</b>	<b>6,7</b>	<b>8,6</b>	<b>(23,0%)</b>
% Margen	9,6%	12,4%		9,5%	11,7%	
<b>EBIT</b>	<b>11,7</b>	<b>17,91</b>	<b>(34,4%)</b>	<b>3,7</b>	<b>5,21</b>	<b>(29,1%)</b>
% Margen	5,7%	8,0%		5,3%	7,1%	
* Incluye Música y Ajustes de consolidación						
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>14,5</b>	<b>16,3</b>		<b>4,8</b>	<b>5,3</b>	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	14,5	16,3		4,8	5,3	
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>5,1</b>	<b>0,8</b>		<b>2,5</b>	<b>0,3</b>	
Indemnizaciones	(4,1)	(9,3)		(0,5)	(2,9)	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	9,2	10,1		3,0	3,2	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>		<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	0,7	0,9		0,2	0,3	
Deterioros y Pérdidas de Inmovilizado	0,0	0,0		0,0	0,0	

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

## RADIO

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio de a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y Máxima FM). Según el último informe de EGM, **Cadena Ser mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.353 miles de oyentes** (cuota de mercado del 37% de la radio generalista en España). **Cadena 40 y Cadena Dial tienen el primer y segundo puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 20% y el 15% respectivamente.**

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

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Segunda ola 2016	Posición	Cuota
<b>Radio Generalista</b>	<b>4.353</b>	<b>1</b>	<b>37%</b>
Cadena SER	4.353		37%
<b>Radio Musical</b>	<b>6.788</b>	<b>1</b>	<b>47%</b>
40 Principales	2.975		20%
Dial	2.211		15%
Máxima FM	571		4%
M80	448		3%
Radiolé	583		4%
<b>Total</b>	<b>10.326</b>		

Fuente: EGM Segunda Ola 2016 (Elimina duplicidades)

En cuanto a **la radio internacional,**

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Media Móvil '16	Posición	Cuota
Colombia	8.027	<b>1</b>	29%
Chile	2.172	<b>1</b>	41%
Mexico	1.395	<b>2</b>	15%

Fuente: ECAR (Colombia), IPSOS (Chile), INRA (México), última información disponible a 9M 2016

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En los primeros 9 meses del 2016, **los ingresos ajustados de la radio** alcanzaron los **222,3 millones de euros**, lo que supone una caída del -7,4% comparados con los ingresos del mismo periodo año anterior. Esta caída se debe al peor comportamiento de España (que modera su caída en el 3T) y sobre todo a la caída de ingresos en LatAm, afectada por el tipo de cambio.

**El impacto de los tipos de cambio,** ha sido negativo en -14,5 millones de euros en ingresos y en -2,6 millones en EBITDA.

**El EBITDA ajustado a tipo de cambio constante de Prisa Radio disminuye 11,2 millones de euros (-25,9%),** explicado principalmente por la negativa evolución en LatAm.

### Ingresos de Radio por origen geográfico:

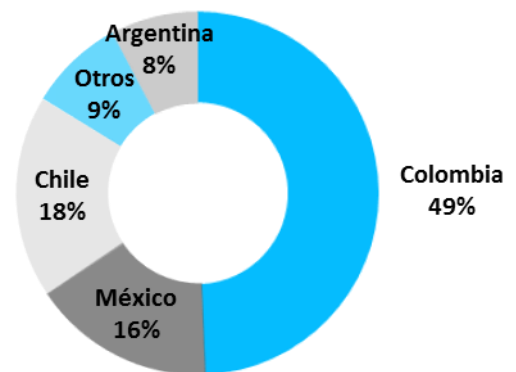
**España:** Los ingresos ajustados de Radio en España alcanzan 129,5 millones de euros en el periodo (-3,2% versus 9M2015). **Los ingresos publicitarios suponen 116,5 millones de euros** y disminuyen un -2,9% mejorando ligeramente la tendencia de los primeros seis meses (-4%).

La publicidad local continua siendo el mercado mas afectado mostrando caídas del 3%

**Internacional:** Los ingresos ajustados de Radio Internacional, incluyendo México y Costa Rica, **alcanzan 84 millones de euros** en los primeros 9 meses de 2016 (-16,2% versus mismo periodo 2015).

**Colombia y Chile** muestran una caída en moneda local del -11,2% y -2,3% respectivamente, debido a una caída en la publicidad en ambos países a causa de dificultades en el mercado publicitario relacionadas con la situación económica en dichos mercados.

### Enero-Septiembre 2016: Contribución internacional de los ingresos por área (%)







## PRENSA

PRENSA Millones de euros	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>174,1</b>	<b>170,5</b>	<b>2,1%</b>	<b>52,0</b>	<b>53,6</b>	<b>(2,8%)</b>
<i>Publicidad</i>	78,9	74,1	6,5%	22,4	22,0	1,6%
<i>Circulación</i>	69,9	72,3	(3,4%)	23,1	24,2	(4,5%)
<i>Promociones y otros</i>	25,2	24,1	4,6%	6,6	7,4	(10,4%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>7,5</b>	<b>6,4</b>	<b>16,6%</b>	<b>0,1</b>	<b>0,10</b>	<b>6,1%</b>
<i>% Margen ajustado</i>	4,3%	3,8%		0,2%	0,2%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>1,74</b>	<b>0,6</b>	<b>179,2%</b>	<b>(1,8)</b>	<b>(1,9)</b>	<b>5,8%</b>
<i>% Margen ajustado</i>	1,0%	0,4%		-3,4%	-3,6%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>174,1</b>	<b>170,5</b>	<b>2,1%</b>	<b>52,0</b>	<b>53,6</b>	<b>(2,8%)</b>
<i>Publicidad</i>	78,9	74,1	6,5%	22,4	22,0	1,6%
<i>Circulación</i>	69,9	72,3	(3,4%)	23,1	24,2	(4,5%)
<i>Promociones y otros</i>	25,2	24,1	4,6%	6,6	7,4	(10,4%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>167,0</b>	<b>173,9</b>	<b>(4,0%)</b>	<b>52,1</b>	<b>54,4</b>	<b>(4,3%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>7,1</b>	<b>(3,3)</b>	<b>---</b>	<b>(0,0)</b>	<b>(0,8)</b>	<b>96,2%</b>
<i>% Margen</i>	4,1%	-1,9%		-0,1%	-1,6%	
<b>EBIT</b>	<b>1,35</b>	<b>(9,1)</b>	<b>114,8%</b>	<b>(1,9)</b>	<b>(2,8)</b>	<b>32,1%</b>
<i>% Margen</i>	0,8%	-5,3%		-3,7%	-5,3%	
	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>Var. %</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>Var. %</b>
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>-0,4</b>	<b>-9,7</b>		<b>-0,1</b>	<b>-0,9</b>	
<i>Indemnizaciones</i>	-0,4	-9,7		-0,1	-0,9	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	

## PRENSA

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

**El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 41%** según los últimos datos disponibles de OJD (Agosto 2016).

#### Enero-agosto 2016: Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD agosto 2016, último dato disponible

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

**En términos de usuarios únicos**, según comScore en prensa en los primeros 9 meses de 2016 se han alcanzado los 19,2 millones (Agosto 2016, últimos datos disponibles), El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 13 millones de usuarios promedio mensual.

Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca, alcanzando 6,5 millones de usuarios únicos en promedio mensual en los primeros 8 meses de 2016.

**Según ComScore**, El País ocupa la 4ª posición en España en términos de Usuarios Únicos, (después de Google, Youtube y Facebook y antes de el Mundo y Yahoo).

En cuanto al ranking mundial de medios, la posición que ocupa El País es la 16ª, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

**El área de prensa ha aumentado sus ingresos en un +2,1% en los primeros 9 meses de 2016** alcanzando los 174 millones de euros. El incremento de la publicidad digital (+20,2%), el crecimiento de los eventos (+83,5%) y el crecimiento de los ingresos por promociones (+10,1%) compensan la caída de publicidad no digital (-6,4%) y los ingresos por circulación (-3,4%).

**Los ingresos de publicidad** alcanzan los 78,9 millones de euros, creciendo un +6,5%

- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +20,2% en el periodo y representan ya el 41% del total de ingresos publicitarios de la división.
- Los ingresos de publicidad no digital disminuyen un -6,4%.
- Los eventos continúan su crecimiento alcanzando los 5M€ en el período.

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

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %
<b>Publicidad</b>	78,9	74,1	6,5%
No digital	41,8	44,6	-6,4%
Digital	32,1	26,7	20,2%
Eventos	5,0	2,7	83,5%

**Los ingresos por circulación alcanzan los 69,9 millones.** Se observa una menor caída (-3,4%) explicada por el incremento de precios que afecta positivamente a la comparativa.

En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD agosto 2016) es la siguiente:

	ENERO - AGOSTO		
	2016	2015	Var. %
El País	200.065	225.520	<b>(11,3%)</b>
As	128.385	135.003	<b>(4,9%)</b>

**Promociones** ha crecido un 4,6% debido principalmente a una mejora en la venta de promociones respecto a 2015.

Destaca la **mejora operativa de As** que incrementa su EBITDA un +9,5% (+0,4M€) y consolida su estrategia de marca global, con crecimiento significativo de usuarios únicos en los distintos países en los que está presente (España, Chile, Colombia y México)

En cuanto al **EBITDA** ajustado, alcanza los 7,5M€ creciendo +16,6% respecto al mismo período de 2015, con una ligera mejora de márgenes.



## MEDIA CAPITAL

MEDIA CAPITAL Millones de euros	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>124,3</b>	<b>121,2</b>	<b>2,6%</b>	<b>39,0</b>	<b>38,8</b>	<b>0,5%</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>23,5</b>	<b>23,0</b>	<b>2,5%</b>	<b>5,9</b>	<b>5,9</b>	<b>0,1%</b>
<i>% Margen ajustado</i>	18,9%	19,0%		15,0%	15,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>17,3</b>	<b>16,8</b>	<b>2,5%</b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>	<b>4,6%</b>
<i>% Margen ajustado</i>	13,9%	13,9%		9,8%	9,4%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>124,3</b>	<b>121,2</b>	<b>2,6%</b>	<b>39,0</b>	<b>38,8</b>	<b>0,5%</b>
Publicidad	86,5	82,2	5,2%	26,4	25,3	4,3%
Otros	37,8	39,0	(2,9%)	12,7	13,5	(6,6%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>101,6</b>	<b>99,0</b>	<b>2,7%</b>	<b>33,6</b>	<b>33,0</b>	<b>1,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>22,7</b>	<b>22,2</b>	<b>2,3%</b>	<b>5,5</b>	<b>5,8</b>	<b>(5,7%)</b>
<i>% Margen</i>	18,3%	18,3%		14,0%	14,9%	
<b>EBIT</b>	<b>16,5</b>	<b>16,1</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>	<b>(4,7%)</b>
<i>% Margen</i>	13,2%	13,3%		8,8%	9,3%	
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>						
Indemnizaciones	(0,8)	(0,8)		(0,4)	(0,1)	



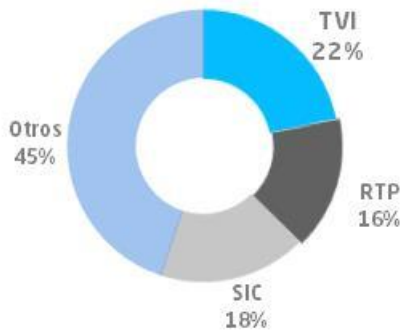
## MEDIA CAPITAL

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

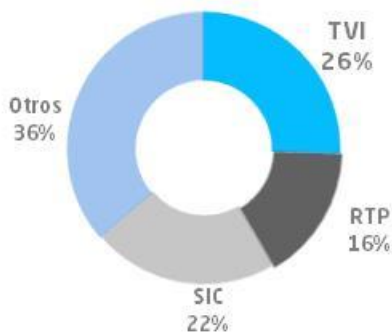
TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando unas audiencias medias diarias de 22% y 26%, respectivamente, sobre el total de Televisión.

#### Audiencia de Media Capital

Enero - Septiembre 2016 (24hrs)



Enero - septiembre 2016 (Prime Time)



Gfk Septiembre 2016 // \*RTP incluye RTP1 y RTP2 // \* Otros incluye TV de pago

**La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital** (según la 4ª ola 2016) alcanza el 35,5%.

La radio de Media Capital se mantiene número uno en el ranking . La cuarta ola de 2016 desglosada por cadenas muestra las siguientes audiencias:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 23,8%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 7,6%
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 2,9%

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

- ✓ La **publicidad** registra en el período un crecimiento del 5,2%.
- ✓ Los **otros ingresos** registran una caída del 2,9% (1,1 millones de euros) . El incremento de venta de canales a terceros ha compensado parcialmente la continuada caída de las llamadas de valor añadido

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en los primeros 9 meses de 2016 unos ingresos de 101 millones de euros versus 100,6 millones en el mismo período de 2015 (+1%). El crecimiento del +5,2% en publicidad y los mayores ingresos por distribución de canales a terceros compensan la caída de llamadas de valor añadido.
- ✓ El negocio de **Radio de Media Capital** muestra un crecimiento en ingresos del +5,1% (+5,5% en publicidad).

**El EBITDA ajustado alcanza los 23,5 millones de euros** mostrando una mejora de +0,6 Millones de euros (+2,5%).

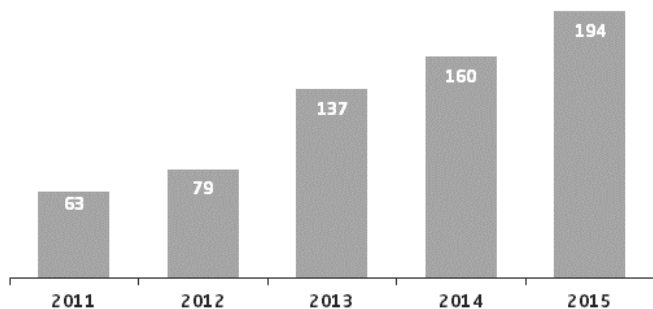


## TRANSFORMACIÓN DIGITAL

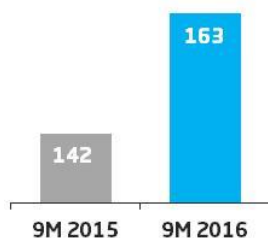
### A\_INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN

Los ingresos de transformación en el grupo, comparados con los primeros 9 meses de 2015, se incrementan un 3,7% en el año hasta alcanzar los 147,1 millones de euros ( 162,7 millones a TC constante).

Su crecimiento desde el 2011 se muestra a continuación:



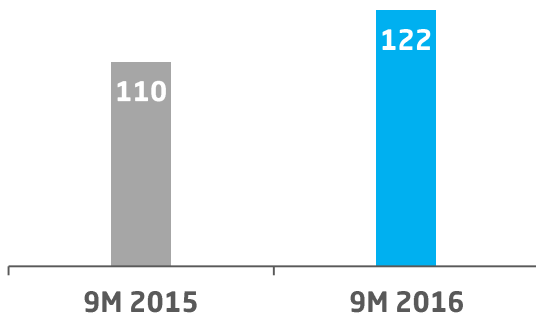
+14,7% a TC constante



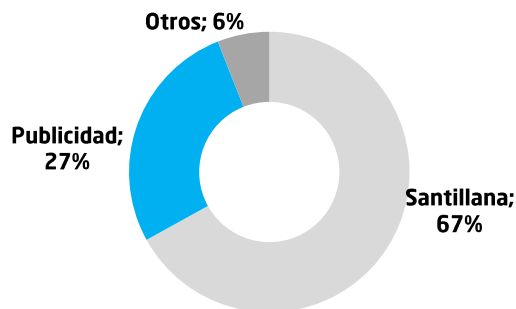
### B\_NAVEGADORES ÚNICOS

La media mensual de navegadores únicos del Grupo crece un 11,5% en los primeros 9 meses del año, alcanzando los 122 millones.

+11,5%



### C\_DESGLOSE DE INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN



### D\_EDUCACIÓN

Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 870.482 (+8%). Sus ingresos en moneda constante crecen +10%.

### E\_RADIO

Durante los primeros 9 meses de 2016, ha continuado el fuerte crecimiento de los navegadores únicos a las páginas web internacionales de radio del Grupo (datos a septiembre de 2016): los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España alcanzan 11 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture alcanzan 20 millones de media. En total, los navegadores únicos de Prisa Radio alcanzan 31 millones y crecen un 6%.

### F\_PRENSA

Los ingresos de publicidad digital crecen un +20% y representan ya un 41% de los ingresos publicitarios de la división. Los navegadores únicos de la prensa crecieron un + 11% en los primeros 9 meses del año 2016, alcanzando 88 millones de media, (datos a septiembre 2016).

### G\_MEDIA CAPITAL

Los ingresos de publicidad digitales alcanzan 2,5 millones de euros en 9m 2016, siendo el 3% de los ingresos totales de publicidad.

Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital crecieron un +34%, alcanzando 7,6 millones de media a septiembre de 2016 (según Netscope).



## DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de euros	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>EBIT</b>	<b>106,9</b>	<b>97,0</b>	<b>10,2</b>	<b>61,9</b>	<b>63,2</b>	<b>(2,0)</b>
Margen EBIT	10,5%	9,1%		15,6%	15,3%	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(45,3)</b>	<b>(74,6)</b>	<b>39,3</b>	<b>(19,3)</b>	<b>(11,2)</b>	<b>(73,2)</b>
Gastos por intereses de financiación	(45,6)	(64,4)	29,2	(14,2)	(15,2)	6,7
Otros resultados financieros	0,2	(10,2)	102,3	(5,1)	4,1	-
<b>Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>	<b>16,9</b>	<b>0,8</b>	<b>0,3</b>	<b>-</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>64,3</b>	<b>24,7</b>	<b>160,2</b>	<b>43,4</b>	<b>52,3</b>	<b>(16,9)</b>
Impuesto sobre sociedades	29,6	(40,9)	172,4	11,9	13,6	(12,8)
<b>Resultado de operaciones en discontinuación</b>	<b>(0,3)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>-</b>	<b>(0,0)</b>	<b>0,2</b>	<b>(104,2)</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>20,5</b>	<b>22,0</b>	<b>(7,0)</b>	<b>7,1</b>	<b>6,1</b>	<b>17,1</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>14,0</b>	<b>43,6</b>	<b>(68,0)</b>	<b>24,4</b>	<b>32,8</b>	<b>(25,4)</b>

### A\_RESULTADO FINANCIERO

Durante los 9M de 2016 se han registrado menores **gastos por intereses de financiación** por importe de 18,8 millones de euros como consecuencia de la reducción de deuda.

Los **otros resultados financieros** mejoran en 10,4 millones de euros. Los menores gastos de formalización de deuda y el menor gasto por la actualización del dividendo de DLJ respecto en 9M 2015 (por la evolución del euro/dólar) compensan las menores quitas respecto a 9M 2015 y los menores ingresos por la venta de Mediaset en 2015.

### B\_RESULTADO POR PUESTA EN EQUIVALENCIA

Los resultados por puesta en equivalencia incluyen los resultados de Radio México y Costa Rica, en el 2016 y en el 2015.

### C\_IMPUESTO DE SOCIEDADES

El impuesto sobre sociedades registra un gasto por impuestos de 29,6 millones de euros frente a un ingreso de 40,9 millones en 2015.

En 2015 el gasto por Impuesto de Sociedades recogía el registro de parte de un crédito fiscal consecuencia de la venta de la participación de Canal+ por importe de 54 millones.

### D\_RESULTADO ATRIBUIDO A SOCIOS EXTERNOS

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



## POSICIÓN FINANCIERA

### A\_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €	Septiembre	Septiembre	Var. 16/15	
	2016	2015	Abs.	Rel
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	180,3	193,3	-12,9	-6,7%
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	209,2	228,3	-19,1	-8,4%
Provisiones	-28,9	-35,1	6,2	17,7%
Variación del circulante	-73,0	-64,2	-8,9	-13,8%
Pago de indemnizaciones	-13,5	-26,1	12,7	48,5%
Pago de impuestos	-25,0	-31,1	6,1	19,6%
Otros flujos de las actividades de explotación	-10,5	0,2	-10,8	---
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>58,3</b>	<b>72,0</b>	<b>-13,8</b>	<b>-19,1%</b>
Capex(inversiones/desinversiones)	-41,2	-53,8	12,6	23,4%
Capex	-48,0	-53,8	5,8	10,8%
Desinversiones	6,8	0,0	6,8	---
<b>CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN</b>	<b>17,1</b>	<b>18,3</b>	<b>-1,2</b>	<b>-6,7%</b>

### A1\_CAPEX

Millones de €	Sep. 2016	Sep. 2015	Var. 16/15
<b>Santillana</b>	<b>-36,8</b>	<b>-39,9</b>	<b>3,1</b>
<b>Radio</b>	<b>-4,5</b>	<b>-9,2</b>	<b>4,7</b>
<b>Prensa</b>	<b>-3,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>-2,5</b>
<b>Media Capital</b>	<b>-2,3</b>	<b>-3,0</b>	<b>0,7</b>
<b>Otros</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>
Capex (inversión)	-48,0	-53,8	5,8
Capex (desinversión)	6,8	0,0	6,8
<b>Total GRUPO PRISA</b>	<b>-41,2</b>	<b>-53,8</b>	<b>12,6</b>



## POSICIÓN FINANCIERA

### B\_POSICIÓN FINANCIERA BANCARIA TOTAL

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

Millones de euros	Sep. 2016	Dic. 2015	Var. 16/15 Rel.
<b>- Deudas con entidades de crédito</b>	<b>1.758,7</b>	<b>2.008,5</b>	<b>-12,4%</b>
- Deudas con entidades de crédito largo plazo	1.663,4	1.907,8	-12,8%
- Deudas con entidades de crédito corto plazo	95,3	100,8	-5,4%
<b>Inversiones financieras corrientes (*)</b>	<b>-24,9</b>	<b>-78,1</b>	<b>68,1%</b>
<b>Efectivo y otros medios líquidos equivalentes</b>	<b>-176,1</b>	<b>-319,0</b>	<b>44,8%</b>
<b>Gastos de formalización</b>	<b>29,7</b>	<b>48,3</b>	<b>-38,4%</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>1.587,4</b>	<b>1.659,7</b>	<b>-4,4%</b>

### Deuda neta bancaria por unidad de negocio

Million euros	Sep. 2016	Dic. 2015	Var. 16/15 Rel.
<b>Prisa Holding</b>	<b>1.432,2</b>	<b>1.483,6</b>	<b>-3,5%</b>
- Deudas con entidades de crédito	1.572,0	1.800,0	-12,7%
Tramo 2	956,5	956,5	0,0%
Tramo 3	172,2	275,4	-37,5%
PPL	428,9	534,4	-19,8%
Deuda subordinada	0,0	31,1	-100,0%
Otros	14,5	2,5	480,3%
- Caja e IFT (*)	-139,9	-316,4	55,8%
<b>Santillana</b>	<b>45,5</b>	<b>64,3</b>	<b>-29,3%</b>
<b>Radio</b>	<b>-3,5</b>	<b>-2,8</b>	<b>-23,0%</b>
<b>Prensa</b>	<b>-12,0</b>	<b>-13,0</b>	<b>7,6%</b>
<b>Media Capital</b>	<b>115,2</b>	<b>112,7</b>	<b>2,2%</b>
<b>Otros</b>	<b>10,1</b>	<b>15,0</b>	<b>-32,4%</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>1.587,4</b>	<b>1.659,7</b>	<b>-4,4%</b>

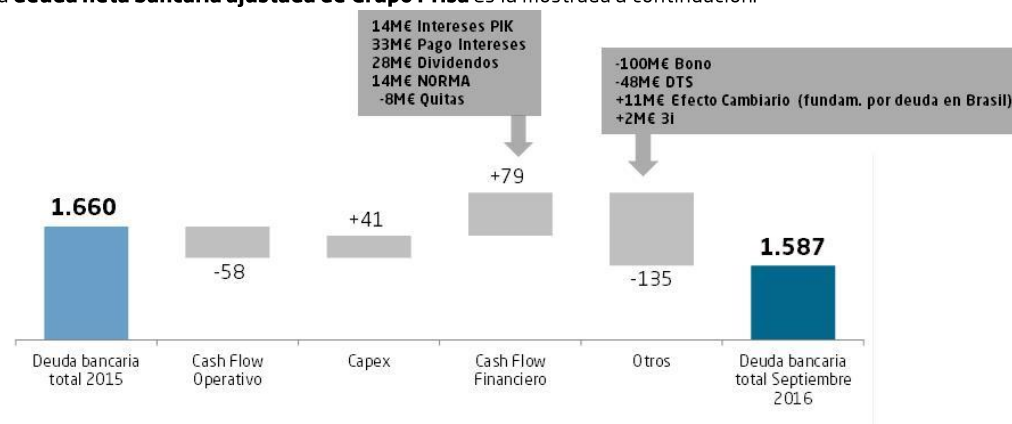
\* En Diciembre de 2015 se excluye la cuenta pendiente de cobro por la operación de venta de DTS ( 36,3 Millones de euros)

En el período se ha registrado el bono mandatorio convertible que minorra la deuda en 100 M€ (68,6 millones de préstamos participativos PPL y 32,1 millones de deuda subordinada).

Con los fondos procedentes de la venta de Canal+, se han cancelado por una parte 88 millones a través de subasta con un descuento medio del 14,8% y 19,7 millones a la par.

Adicionalmente se ha llevado a cabo una recompra de deuda PPL amortizando 33 M€ con parte de los fondos procedentes del aumento de capital de IMG, con un descuento medio del 23,2%

La evolución de la **deuda neta bancaria ajustada de Grupo Prisa** es la mostrada a continuación:







## ANEXO

1. Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación	18
2. Balance	19
4. Situación patrimonial	20
3. Otros hechos significativos	21
4. Estructura del Grupo	23
5. Evolución del Tipo de Cambio	24
6. Desglose de Ingresos y Ebitda ajustados por U.N	25
7. Conciliación entre resultado operativo, Ebitda ajustado y Ebit	26



## IMPACTOS EXTRAORDINARIOS Y CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Efectos extraordinarios	ENERO-SEPTIEMBRE		JULIO-SEPTIEMBRE	
	2016	2015	2016	2015
<b>Millones de euros</b>				
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>14,5</b>	<b>16,3</b>	<b>4,8</b>	<b>5,3</b>
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	14,5	16,3	4,8	5,3
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>(1,2)</b>	<b>(16,4)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(3,8)</b>
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(10,4)	(26,5)	(3,4)	(7,0)
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	9,2	10,1	3,0	3,2
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provisiones</b>	<b>0,3</b>	<b>0,9</b>	<b>(0,2)</b>	<b>0,3</b>
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	0,7	0,9	0,2	0,3
Otros	(0,4)	0,0	(0,4)	0,0

**a) Cambio del perímetro de consolidación:** desde 2013, las cuentas del Grupo pasan a registrar el resultado de las participaciones de Prisa Radio en México y Costa Rica por puesta en equivalencia. En los datos ajustados se incluyen los resultados de México y Costa Rica ponderados por la parte de capital de Prisa. Desde el mes de Septiembre Norma se integra en las cuentas del grupo por consolidación global. La contribución de las sociedades de Norma a los activos netos del grupo asciende a 16 millones de euros.

**b) Indemnizaciones y otros no recurrentes:** El gasto extraordinario por indemnizaciones baja con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. En los primeros 9M de 2016 se han registrado 10,4 millones de euros frente a 26,5 millones de euros en el mismo periodo del año anterior.



## BALANCE

Millones de euros	ACTIVO	
	30/09/2016	31/12/2015
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.336,2</b>	<b>1.336,7</b>
Inmovilizado material	122,7	127,9
Fondo de comercio	588,8	577,3
Inmovilizado inmaterial	128,1	129,1
Inversiones financieras no corrientes	30,7	30,9
Sociedades puestas en equivalencia	40,3	42,8
Activos por impuestos diferidos	422,5	425,2
Otros activos no corrientes	3,1	3,6
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>868,0</b>	<b>1.026,6</b>
Existencias	155,5	153,5
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	511,4	439,6
Inversiones financieras corrientes	25,0	114,5
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	176,1	319,0
<b>ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2.204,2</b>	<b>2.363,4</b>
	PASIVO	
	30/09/2016	31/12/2015
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>-275,8</b>	<b>-394,6</b>
Capital suscrito	235,0	235,0
Reservas	-592,7	-701,8
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	14,0	5,3
Socios Externos	68,0	66,9
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>1.913,0</b>	<b>2.176,5</b>
Deudas con entidades de crédito	1.663,4	1.907,8
Otros pasivos financieros no corrientes	128,6	131,8
Pasivos por impuestos diferidos	31,2	36,5
Provisiones	48,8	59,7
Otros pasivos no corrientes	41,0	40,7
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>567,0</b>	<b>581,5</b>
Deudas con entidades de crédito	95,3	100,8
Otros pasivos financieros corrientes	17,0	23,1
Acreedores comerciales	276,6	296,1
Otras deudas corrientes	147,2	138,8
Ajustes por periodificación	30,9	22,8
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2.204,2</b>	<b>2.363,4</b>



## SITUACIÓN PATRIMONIAL

A 30 de septiembre de 2016, el patrimonio neto de la sociedad dominante a efectos de causa de disolución y/o reducción de capital prevista en la Ley de Sociedades de Capital (incluyendo los préstamos participativos vigentes al cierre) es de 148.572 miles de euros, siendo este importe inferior a las dos terceras partes de la cifra de capital si bien se sitúa por encima de la mitad del capital social.



## OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

### a\_ Recompra de deuda con descuento

El día 1 de febrero de 2016 se cerró una subasta inversa dirigida a sus entidades acreedoras, habiendo acordado la Sociedad la recompra de un importe total de 65.944.698,40 € de deuda, con un descuento medio de 0,1602€ por euro (esto es, a un precio medio del 83,98%) y un descuento total de 10.564.037,9 €.

Los fondos utilizados para dicha subasta provienen de la venta de acciones de DTS, Distribuidora de Televisión Digital, S.A., realizada el 30 de abril de 2015. Esta recompra se suma a las subastas anunciadas desde el pasado año 2015, por lo que PRISA ha amortizado deuda por un total de 1.676.674.645€ desde la firma del contrato de refinanciación de PRISA en diciembre de 2013.

### b\_ Adquisición de NORMA (Educación)

El día 2 de marzo de 2016, Grupo Santillana Educación Global, S.L. (Santillana), compañía del grupo PRISA dedicada al área de educación, formalizó un acuerdo con Carvajal, S.A. para la compra del negocio de educación de esta última por un precio de COP 60.000.000.000 (equivalente aproximadamente a 16.800.000 euros de acuerdo con el tipo de cambio del día de ayer), que se ajustará en función de ajustes habituales en este tipo de operaciones.

La operación está condicionada, entre otras, a la obtención de las autorizaciones pertinentes en materia de competencia.

La operación consiste en la compra de las acciones que posee Carvajal S.A. en las sociedades que se dedican al negocio de educación en Colombia, Argentina, Chile, Guatemala, México, Perú, Puerto Rico y Ecuador, así como la transferencia de ciertas marcas vinculadas al negocio y la concesión de una licencia sobre marcas asociadas a la denominación NORMA de Grupo Carvajal.

#### Cierre transacción

Una vez cumplidas satisfactoriamente las condiciones precedentes acordadas en el contrato de compraventa, con fecha 10 de septiembre se completó la operación consistente en la compra de las acciones que posee Carvajal S.A. en las sociedades que se dedican al negocio de educación en Colombia, Argentina, Chile, Guatemala, México, Perú y Puerto Rico, así como la transferencia de ciertas marcas vinculadas al negocio y la concesión de una licencia sobre marcas asociadas a la denominación NORMA de Grupo Carvajal.

El precio final de la operación, una vez aplicados los ajustes habituales en este tipo de operaciones, es de COP \$51.880.276.089 y el comprador ha desembolsado 14.347.421 euros.

Por último, cabe destacar que en la operación no fueron transferidas las acciones de la sociedad Grupo Editorial Norma S.A. (Ecuador) toda vez que en dicho país aún no se han obtenido las autorizaciones correspondientes de las autoridades de competencia.

### c\_ Cambios en el Consejo de Administración

El día 1 de abril de 2016, el Consejo de Administración de Prisa, ha adoptado los siguientes acuerdos:

1. Ha tomado razón de la renuncia presentada por el Consejero D. Claudio Boada Pallerés, por motivos profesionales, agradeciéndole su dedicación personal y profesional a la Compañía desde su incorporación al Consejo y al Comité de Auditoría, del que también ha formado parte.

2. Tras la reelección del Presidente del Consejo, D. Juan Luis Cebrián Echarrí, como consejero de la Compañía, se han delegado a su favor todas las facultades del Consejo, salvo las indelegables por ley y estatutos sociales, permaneciendo así como Presidente Ejecutivo de la Compañía.

3. Una vez adoptados los acuerdos correspondientes al punto quinto del orden del día por la Junta General Ordinaria de Accionistas y tras los acuerdos del Consejo de Administración descritos en la presente comunicación, la nueva composición del Consejo de Administración de Prisa ha quedado como sigue

Presidente Ejecutivo:	Juan Luis Cebrián Echarrí
Vicepresidente:	Manuel Polanco Moreno
CEO:	José Luis Sainz Díaz
Vocales:	Roberto Alcántara Rojas Blanca Hernández Rodríguez José Luis Leal Maldonado Gregorio Marañón y Bertrán de Lis Alain Minc Glen Moreno Joseph Oughourlian John Paton Elena Pisonero Ruiz Alfonso Ruiz de Assin Chico de Guzmán Shk. Dr. Khalid Bin Thani Bin Abdullah Al-Thani Ernesto Zedillo Ponce de León

#### Comisión Delegada

Presidente:	D. Juan Luis Cebrián Echarrí
Vocales:	D. Manuel Polanco Moreno D. José Luis Sainz Díaz D. Gregorio Marañón y Bertrán de Lis D. Alain Minc Dª Elena Pisonero Ruiz D. Roberto Alcántara Rojas

#### Comité de Auditoría

Presidente:	D. Glen Moreno
Vocales:	D. José Luis Leal Maldonado Dª Elena Pisonero Ruiz

#### Comité de Nombramientos y Retribuciones

Presidente:	D. Alan Minc
Vocales:	D. Alfonso Ruiz de Assin Chico de Guzmán D. Gregorio Marañón y Bertrán de Lis D. Joseph Oughourlian

#### Comité de Gobierno Corporativo

Presidente:	D. Ernesto Zedillo Ponce de León
Vocales:	D. John Paton Dª Blanca Hernández Rodríguez Shk. Dr. Khalid Bin Thani Bin Abdullah Al-Thani



## OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

### Comité de Transformación Tecnológica

Presidente: D. John Paton

Vocales: D. Juan Luis Cebrián Echarri  
D. José Luis Sainz Díaz.

5. El secretario del Consejo de Administración, D. Antonio García-Mon Marañés es secretario de la Comisión Delegada y de los Comités de Auditoría Nombramientos y Retribuciones y Gobierno Corporativo, y el Vicesecretario de Consejo, D. Xavier Pujol Tobeña, es secretario del Comité de Transformación Tecnológica, todo ello en virtud de los artículos 27, 28, 29 y 30 del Reglamento del Consejo.
6. Por último, el Consejo de Administración, a propuesta del Comité de Gobierno Corporativo, y a los efectos del artículo 529 de la Ley de Sociedades de Capital, ha nombrado al consejero independiente D. José Luis Leal Maldonado, como Consejero Coordinador, por un periodo de dos (2) años.
7. En la reunión del Consejo de Administración celebrada el 6 de mayo, a propuesta de los Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Gobierno Corporativo, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, se ha acordado por unanimidad el nombramiento por cooptación de D. Waleed AlSa'di y D. Dominique D'Hinnin para cubrir las dos vacantes existentes en el Consejo de Administración. D. Waleed AlSa'di tendrá la categoría de dominical en representación de International Media Group, S.à.r.l. y D. Dominique D'Hinnin tendrá la categoría de independiente. D. Waleed category will AlSa'di Sunday on behalf of International Media Group, S.A.R.L. and Mr Dominique D'Hinnin will separate category.
8. En la reunión del Consejo de Administración celebrada en el día 22 de julio y previo informe de los Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Gobierno Corporativo, se nombró al consejero D. Waleed AlSa'di como vocal del Comité de Auditoría.

### d\_Operación Venta de Canal+

A 13 de mayo de 2016, quedaban pendientes de resolver 2 ajustes al precio por importe de 36 millones de euros.

Ambos ajustes han sido resueltos a favor de Prisa, por lo que el precio total de la transacción ha ascendido finalmente a 724 millones de euros.

### e\_ Inscripción de la emisión de bonos obligatoriamente convertibles

El 1 de abril de 2016, la Junta General de PRISA aprobó un acuerdo con algunos de sus principales acreedores para llevar a cabo una emisión de bonos necesariamente convertibles en acciones ordinarias de PRISA (la "**Emisión**") mediante el canje de deuda financiera de la Compañía.

El 22 de Junio de 2016, dicha emisión, formalizada en escritura pública el 7 de abril, ha quedado inscrita en el Registro Mercantil de Madrid.

El importe de la citada emisión asciende finalmente a 100.742.090 euros, divididos en 32.112.350 euros del Tramo A, suscrito por HSBC Bank Plc., varias entidades del grupo Santander y CaixaBank, S.A., que canjean la totalidad de su participación en el crédito PIK y 68.629.740 del Tramo B, íntegramente suscrito por HSBC Bank Plc. que canjea parte de su préstamo participativo



## ESTRUCTURA DEL GRUPO

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

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



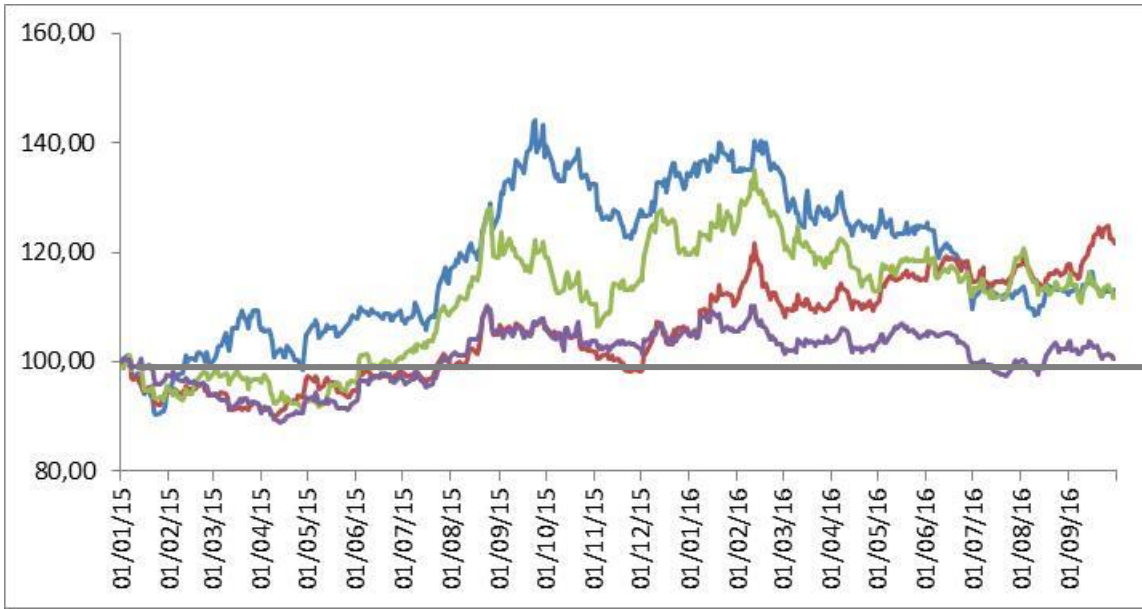
## EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

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

La alta volatilidad del tipo de cambio para las principales divisas latinoamericanas, ha sido el factor dominante durante los primeros 9 meses de 2016.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido negativo, alcanzando 74 y 25 millones de euros respectivamente.

Evolución tipo de cambio vs Euro en 9M 2016



Brasil — México — Colombia — Chile — Chile

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

Fuente: Bloomberg





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

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>GRUPO</b>	<b>1.036,0</b>	<b>1.078,0</b>	<b>(3,9)</b>	<b>401,8</b>	<b>417,1</b>	<b>(3,7)</b>
EDUCACIÓN	513,5	545,1	(5,8)	234,0	244,8	(4,4)
RADIO	222,3	239,9	(7,4)	74,7	78,9	(5,3)
PRENSA	174,1	170,5	2,1	52,0	53,6	(2,8)
MEDIA CAPITAL	124,3	121,2	2,6	39,0	38,8	0,5
OTROS	1,8	1,3	34,7	2,0	1,0	101,5

EBITDA AJUSTADO	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>GRUPO</b>	<b>214,6</b>	<b>234,7</b>	<b>(8,6)</b>	<b>117,5</b>	<b>126,0</b>	<b>(6,7)</b>
EDUCACIÓN	167,2	175,9	(4,9)	104,4	110,2	(5,2)
RADIO	29,5	43,3	(32,0)	8,9	13,7	(34,8)
PRENSA	7,5	6,4	16,6	0,1	0,1	6,1
MEDIA CAPITAL	23,5	23,0	2,5	5,9	5,9	0,1
OTROS	(13,2)	(13,9)	5,5	(1,8)	(3,9)	54,0



## CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO OPERATIVO, EBITDA AJUSTADO Y EBITDA

GRUPO	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Chg. %	2016	2015	Chg. %
<b>EBITDA</b>	<b>204,1</b>	<b>208,2</b>	<b>(1,9)</b>	<b>114,1</b>	<b>119,0</b>	<b>(4,1)</b>
Indemnizaciones	10,4	26,5	(60,7)	3,4	7,0	(51,1)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>214,6</b>	<b>234,7</b>	<b>(8,6)</b>	<b>117,5</b>	<b>126,0</b>	<b>(6,7)</b>
Amortizaciones	63,0	70,1	(10,0)	26,4	25,8	2,3
Provisiones	29,2	35,6	(17,7)	24,8	27,8	(11,0)
Pérdidas	0,7	0,3	122,6	(0,1)	0,4	(132,5)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>121,5</b>	<b>128,8</b>	<b>(5,6)</b>	<b>66,5</b>	<b>72,0</b>	<b>(7,6)</b>

EDUCACIÓN	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>EBITDA</b>	<b>163,8</b>	<b>173,2</b>	<b>(5,4)</b>	<b>103,1</b>	<b>108,8</b>	<b>(5,2)</b>
Indemnizaciones	3,4	2,7	25,5	1,3	1,4	(6,5)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>167,2</b>	<b>175,9</b>	<b>(4,9)</b>	<b>104,4</b>	<b>110,2</b>	<b>(5,2)</b>
Amortizaciones	41,5	45,4	(8,4)	19,2	17,7	8,7
Provisiones	25,9	30,7	(15,6)	23,7	26,2	(9,4)
Pérdidas	0,9	0,9	(7,3)	(0,1)	0,3	(129,0)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>99,0</b>	<b>99,0</b>	<b>0,0</b>	<b>61,6</b>	<b>66,0</b>	<b>(6,8)</b>

RADIO	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>EBITDA</b>	<b>25,3</b>	<b>33,9</b>	<b>(25,4)</b>	<b>8,4</b>	<b>10,8</b>	<b>(21,8)</b>
Indemnizaciones	4,1	9,4	(56,0)	0,5	2,9	(82,7)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>29,5</b>	<b>43,3</b>	<b>(32,0)</b>	<b>8,9</b>	<b>13,7</b>	<b>(34,8)</b>
Amortizaciones	6,1	7,3	(17,1)	2,1	2,1	1,8
Provisiones	3,0	4,0	(24,1)	1,1	1,5	(28,9)
Pérdidas	(0,2)	(0,6)	72,2	(0,1)	0,1	(184,0)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>20,5</b>	<b>32,6</b>	<b>(37,0)</b>	<b>5,8</b>	<b>10,0</b>	<b>(42,2)</b>

PRENSA	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>EBITDA</b>	<b>7,1</b>	<b>(3,3)</b>	<b>---</b>	<b>(,0)</b>	<b>(,8)</b>	<b>96,2</b>
Indemnizaciones	0,4	9,7	(95,9)	0,1	0,9	(85,0)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>7,5</b>	<b>6,4</b>	<b>16,6</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>6,1</b>
Amortizaciones	5,5	5,3	3,7	1,8	1,8	3,9
Provisiones	0,2	0,5	(53,0)	0,0	0,2	(89,6)
Pérdidas	0,0	0,0	---	0,0	0,0	---
<b>Resultado de explotación</b>	<b>1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>179,2</b>	<b>(1,8)</b>	<b>(1,9)</b>	<b>5,8</b>

MEDIA CAPITAL	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>EBITDA</b>	<b>22,7</b>	<b>22,2</b>	<b>2,3</b>	<b>5,5</b>	<b>5,8</b>	<b>(5,7)</b>
Indemnizaciones	0,8	0,8	7,9	0,4	0,1	-
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>23,5</b>	<b>23,0</b>	<b>2,5</b>	<b>5,9</b>	<b>5,9</b>	<b>0,1</b>
Amortizaciones	6,3	5,9	6,9	2,1	2,2	(1,9)
Provisiones	(,0)	0,2	(110,1)	(,1)	0,0	-
Pérdidas	0,0	0,0	---	0,0	0,0	---
<b>Resultado de explotación</b>	<b>17,3</b>	<b>16,8</b>	<b>2,5</b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>	<b>4,6</b>

OTROS	ENERO-SEPTIEMBRE			JULIO-SEPTIEMBRE		
	2016	2015	Var. %	2016	2015	Var. %
<b>EBITDA</b>	<b>(14,8)</b>	<b>(17,9)</b>	<b>17,0</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(5,5)</b>	<b>48,8</b>
Indemnizaciones	1,7	3,9	(57,7)	1,0	1,6	(36,3)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>(13,2)</b>	<b>(13,9)</b>	<b>5,5</b>	<b>(1,8)</b>	<b>(3,9)</b>	<b>54,0</b>
Amortizaciones	3,7	6,2	(40,5)	1,0	2,0	(49,9)
Provisiones	0,1	0,1	0,2	0,0	(1,1)	-
Pérdidas	(0,0)	0,0	(140,0)	0,0	0,0	-
<b>Resultado de explotación</b>	<b>(17,0)</b>	<b>(20,2)</b>	<b>16,2</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(5,8)</b>	<b>51,0</b>