



**Resultados 2018**

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

**26 de Febrero de 2019**



Índice	2
Visión general y evolución de los Negocios	3
Principales hitos corporativos en 2018	5
Cumplimiento de outlook 2018	6
Cuenta de resultados consolidada	7
Negocio de Educación	8
Negocio de Radio	12
Negocio de Prensa	14
Media Capital	16
Transformación Digital	18
Plan de eficiencia	19
De EBIT a Resultado Neto	20
Posición Financiera	21
Outlook 2019	24
Anexo	25



## VISIÓN GENERAL

**En el ejercicio 2018 el EBITDA comparable crece un 10%.**

**2018 es el año en el que se consolida el crecimiento rentable y la creación de valor gracias al impulso de los cambios financieros y de gestión.**

**Las operaciones muestran una buena evolución, se han generado ahorros significativos cumpliendo con el plan de eficiencia dos años antes de lo previsto y la generación de caja en el periodo ha sido positiva en 42 millones de euros.**

**Los resultados de 2018 superan el Outlook proporcionado a mercado.**

### Resultados operativos 2018, principales titulares:

- **Educación muestra un crecimiento en ingresos del 4,8% y en EBITDA del 3,4%** descontando efecto cambiario e impacto NIFF15, a pesar de ser un año sin novedades en España y ciclo bajo de las ventas institucionales en Brasil. Buena evolución de las campañas con impulso de los sistemas de enseñanza digitales e impacto cambiario negativo procedente principalmente de la evolución de las monedas en Argentina, Brasil y México.
- **En Media, la radio muestra mejora operativa del 33%** impulsada por el buen comportamiento en España (con crecimiento en ingresos del 5% y mejora del EBITDA del 53%) y en LatAm (con crecimiento en ingresos del 5% en moneda local y EBITDA plano con buen comportamiento en Colombia y Chile compensado parcialmente por la difícil situación en Argentina). La prensa continúa creciendo en su desarrollo digital, avanzando hacia un modelo digital creciente y escalable, con mejora en la evolución operativa en el 4T estanco (+30%) y mostrando progresos en la implementación de medidas de eficiencia.
- **Media Capital continúa liderando el mercado de FTA en Portugal, creciendo un 3% sus ingresos publicitarios y reforzando su programación** con la compra de los derechos de la champions y fortaleciendo su parilla de entretenimiento entre otros. Su EBITDA permanece estable con un crecimiento significativo en la generación de caja y una fuerte reducción de su deuda.
- **La implementación del plan de eficiencia anunciado genera ahorros en gastos de 48,5 millones de euros en el conjunto del año 2018 (33,9 en 9M). El impacto en EBITDA es de 39,5 millones de euros (26,9 en 9M).**
- **El tipo de cambio ha tenido en 2018 un impacto negativo en ingresos de -81 millones de euros y de -19,6 millones en EBITDA.** La hiperinflación en Argentina ha tenido un impacto negativo adicional en ingresos de -7 millones de euros y de -4 millones en EBITDA.
- **Se ha llevado a cabo una revisión del valor contable de los activos del grupo registrando un deterioro por importe de 281 millones de euros (principalmente créditos fiscales y MCP). Dicho deterioro ha afectado negativamente al resultado neto sin efecto en caja. A pesar del deterioro realizado en los créditos fiscales, estos permanecen vigentes frente a Hacienda Publica. El resultado neto ordinario excluyendo dichos deterioros y otros efectos es positivo en 45 millones de euros (+56%).**
- **La deuda neta a Diciembre de 2018 se sitúa en 929 millones frente a 1.422 millones de euros en diciembre de 2017. En el ejercicio 2018 la generación de caja ha sido positiva (42 millones de euros).**
- **La compañía supera el Outlook de 2018 proporcionado a mercado en todas sus partidas.** La evolución operativa ha superado los objetivos fijados y se han alcanzado los ahorros previstos derivados de la implementación del plan de eficiencia 2 años antes de lo previsto.



## EVOLUCION NEGOCIOS

### EDUCACIÓN

- **Santillana ha tenido una buena evolución en 2018 a pesar de ser un año sin novedades en España y ciclo bajo de las ventas públicas en Brasil.** Las campañas del área sur finalizaron con un crecimiento en ingresos y EBITDA en moneda constante del 8,7% y de 5,5% respectivamente. Santillana obtuvo una cuota del 33,4% en las ventas institucionales de Brasil PNLN (de 1º a 5º) (versus 16% en el mismo ciclo de 2015) fruto del extraordinario desempeño en la oferta de producto y en la acción comercial. Las campañas del área norte registraron una caída de ingresos del 1% con una caída en el EBITDA del 1,2% en moneda constante explicado fundamentalmente por ser 2018 un año sin novedades en España.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO, Compartir, Farias Brito y Educa) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo en número de alumnos (+6%) hasta superar los 1.160.000 alumnos con unos ingresos de 134 millones de euros.
- El **tipo de cambio** ha tenido un **impacto negativo en 2018 de -73,1 millones de euros en ingresos y de -19,9 millones de euros en EBITDA** principalmente por la evolución de tipos en Argentina, Brasil y México. La hiperinflación en Argentina ha tenido un impacto adicional negativo en ingresos de -6,8 millones y de -3,8 millones en EBITDA.
- **Los ingresos totales** de Santillana en moneda constante y excluyendo el impacto temporal derivado de la NIFF15 **crecen un 4,8% hasta alcanzar los 676 millones de euros.**
- En el ejercicio 2018 y a pesar de ser 2018 un año sin novedades en España y ciclo bajo de ventas públicas en Brasil, **El EBITDA comparable (190,9 millones de euros) excluyendo tipo de cambio y efecto temporal NIFF15 crece un 3,4%.**

### MEDIA

#### RADIO

- Según el último EGM, Prisa Radio en España **mantiene su liderazgo** tanto en radio generalista como en musical.
- **En España, la publicidad de Prisa Radio en 2018 crece un 5,4% por encima del crecimiento de mercado,** ganando cuota y con buen comportamiento tanto en publicidad nacional como en local :
  - Publicidad nacional: +7,9%
  - Publicidad local: +2,5%
- **En LatAm, los ingresos totales crecen un 5,1% en moneda constante** (-2,4% en euros). **Destaca el buen comportamiento en moneda constante de Colombia y Chile** cuyos ingresos crecen respectivamente un 9,3% y un 3,2% compensando parcialmente el comportamiento de Argentina por su difícil situación.
- **Impacto negativo del tipo de cambio** de -7,2 millones de euros en ingresos y de -0,3 millones en EBITDA.
- **Mejora de márgenes EBITDA sustancial (21,5% versus 16,6%)** por el fuerte apalancamiento operativo del negocio con un buen comportamiento de los ingresos y foco en control de costes.
- **El EBITDA ajustado** a tipo de cambio constante **de la Radio mejora en 16 millones de euros (+34%)** hasta alcanzar los 62,1M€ por el crecimiento en ingresos y la mejora operativa principalmente en España.

#### PRENSA

- **El País consolida su posición como primer diario en español en el ranking mundial de medios, y AS acentúa su liderazgo en digital en América.**
- **Avances hacia un modelo digital creciente y escalable, con crecimiento y liderazgo en audiencias** (126 millones de navegadores únicos +16%) y **crecimiento de la publicidad digital** (+16%) que ya tiene mayor peso que la tradicional, representando un 53% del total de los ingresos publicitarios (78% en Diario As).
- Implantación de **medidas de eficiencia encaminadas a variabilizar los costes asociados a los ejemplares físicos cuyos ingresos caen un 14%.** Estas medidas incluyen los acuerdos de impresión, distribución y tecnología.
- **Acuerdo con el Washington Post** para la implantación de la tecnología ARC **enfocado a optimizar la infraestructura tecnológica de los diarios.**
- **Acuerdo con Vocento y Godó** para el lanzamiento de la **principal plataforma de publicidad programática en España.**
- **Fuerte control de costes que bajan un -9,1% con progresos significativos en la implementación de las medidas de eficiencia** enfocadas en la flexibilización de la estructura de costes.
- **El EBITDA ajustado de Prensa mejora un 10%** hasta alcanzar los 14 millones de euros mostrando una mejora sustancial en el 4T estanco del 30% reflejo de las medidas de eficiencia implantadas .

### MEDIA CAPITAL

- **Media Capital refuerza su posición de liderazgo en medios en Portugal en términos de cuota de mercado y rentabilidad.**
- **TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y Prime Time,** alcanzando unas audiencias medias diarias de 24% y 27%, respectivamente, sobre el total de Televisión (para la totalidad de canales de TVI y para el principal target comercial adultos) y **la Radio crece en ingresos un 4%** con una mejora operativa del 13%. El conjunto de radios de Media Capital continúan creciendo sus audiencias hasta alcanzar el 38%.
- **Los ingresos de publicidad en el periodo crecen un 3% y el EBITDA ajustado (41,5 millones de euros ) permanece estable al haber reforzado su programación especialmente en la segunda mitad del año, con la compra de los derechos de la champions y el fortalecimiento de su parrilla de entretenimiento entre otros.**
- **Destaca la fuerte generación de caja operativa y la reducción significativa de deuda.**
- La NIFF15, ha supuesto un incremento en ingresos y gastos en la misma cantidad (13,79 millones de euros). **Excluyendo este impacto, los ingresos totales crecen un 2%.**



## PRINCIPALES HITOS CORPORATIVOS EN 2018

**2018 es el año en el que se consolida el crecimiento rentable y la creación de valor gracias al impulso de los cambios financieros y de gestión**

- **Nuevo gobierno corporativo**

- Nueva composición del Consejo de Administración reducido con un mayor equilibrio en su conjunto acorde a las mejores prácticas de gobierno corporativo.

- **Nuevo equipo directivo en Corporativo y en las divisiones de Prensa y Radio**

- Reducción de la estructura corporativa.
- Incremento del control interno

- **Estabilización del balance, refinanciación de la deuda de la compañía 5 años hasta 2022 e incremento de transparencia financiera.**

- Ampliación de capital por importe efectivo de 563 millones de euros con fuerte apoyo de los accionistas actuales alcanzando una estructura de capital sostenible en el largo plazo.
- Precio de deuda: E+400bps (cero floor) hasta Diciembre 2020. Incremento de margen de 150 bps desde Enero de 2021.
- Obtención de calificaciones crediticias Fitch (B) y S&P (B-) ambas con perspectivas estables.

- **Plan de eficiencia y disciplina de capital**

- Lanzamiento de un plan de eficiencia con el objetivo de ahorrar 40 millones de euros en los próximos 3 años.
- Venta de activos no estratégicos / no rentables.
- Deuda neta / EBITDA consolidado < 3x en 2020.

- **Delivery**

- Buen comportamiento de los negocios.
- Cumplimiento del plan de ahorro de gastos de 40 millones de euros, 2 años antes de lo previsto.
- Ejecución de 1/3 del plan de venta de activos no estratégicos / no rentables.
- Cumplimiento de Outlook proporcionado al mercado.



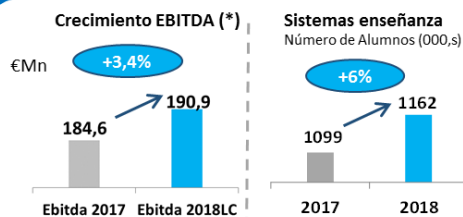
## CUMPLIMIENTO DEL OUTLOOK 2018

### 2018 Outlook

### Resultados FY2018

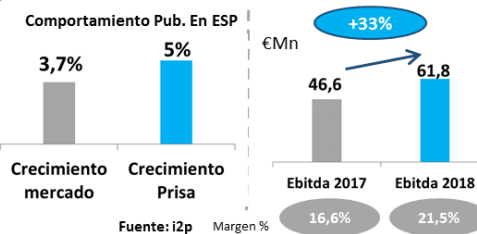
#### Educación

- EBITDA ajustado 2018 en moneda constante en línea con 2017 al ser año de ciclo bajo en las ventas institucionales de Brasil y año sin novedades en España.
- Sistemas de enseñanza digitales continuarán mostrando crecimiento.



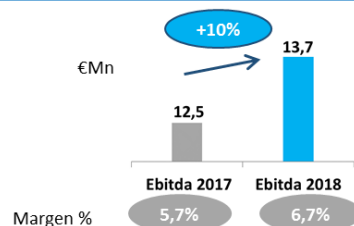
#### Radio

- Crecimiento de la publicidad en línea con mercado, impactos positivos de eventos especiales (Mundial de fútbol, y elecciones en LatAm).
- Mejora Operativa, tanto en España como en LatAm.



#### Prensa

- Mejora de márgenes a pesar de la caída de ingresos.



#### Plan de Eficiencia

- 40 millones de ahorros en gastos a alcanzar en los próximo 3 años. Implementación de la mayor parte en 2018.

- €49 Millones de ahorro en gastos alcanzado en 2018, por encima de lo estimado y dos años antes de lo previsto.

Desglose de ahorros por concepto	Im porte
Ajustes de personal	4,6
Reducción de costes por cierre de operaciones no rentables	11,3
Transformación operaciones de prensa	11,5
Simplificación de estructuras centrales	15,9
Otros ahorros	5,2
<b>Total</b>	<b>48,5</b>

#### \* Fx evolution

- Impacto negativo esperado por la evolución de monedas especialmente en Brasil y Argentina.

- Impacto en ingresos:  
-81Mn (BRZ -29; ARG -28)
- Impacto en EBITDA:  
-19,6Mn (BRZ -6; ARG -5)

\* La hiperinflación en Argentina ha supuesto en 2018 un impacto negativo adicional en ingresos de -7 millones de euros y de -4 millones en EBITDA



## CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>						
Ingresos de Explotación Ajustados	1.280,5	1.320,0	(3,0)	323,9	325,2	(0,4)
EBITDA Ajustado	276,3	270,4	2,2	64,9	59,0	9,9
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	21,6%	20,5%		20,0%	18,2%	
EBIT Ajustado	188,0	174,9	7,5	48,2	44,7	7,9
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	14,7%	13,3%		14,9%	13,7%	
<b>Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante</b>						
Ingresos de Explotación Ajustados a tipo constante	1.361,6	1.320,0	3,2	341,6	325,2	5,1
EBITDA Ajustado a tipo constante	296,0	270,4	9,4	68,8	59,0	16,4
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	21,7%	20,5%		20,1%	18,2%	
EBIT Ajustado a tipo constante	200,9	174,9	14,8	51,2	44,7	14,6
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	14,8%	13,3%		15,0%	13,7%	
<b>Resultados Comparables - a tipo de cambio constante y sin efecto NIIF</b>						
Ingresos de Explotación Comparables	1.350,4	1.320,0	2,3	336,6	325,2	3,5
EBITDA Ajustado Comparable	298,3	270,4	10,3	70,4	59,0	19,2
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	22,1%	20,5%		20,9%	18,2%	
<b>Resultados Reportados</b>						
Ingresos de Explotación	1.280,3	1.335,7	(4,2)	331,1	327,2	1,2
EBITDA	253,0	248,2	1,9	63,1	46,8	34,9
<i>Margen EBITDA</i>	19,8%	18,6%		19,1%	14,3%	
EBIT	85,3	52,6	62,1	(33,4)	6,3	—
<i>Margen EBIT</i>	6,7%	3,9%		-10,1%	1,9%	
Resultado Financiero	(85,6)	(69,2)	(23,8)	(21,1)	(28,7)	26,7
Gastos por intereses de financiación	(53,0)	(52,8)	(0,4)	(13,7)	(12,8)	(6,8)
Otros resultados financieros	(32,6)	(16,4)	(99,3)	(7,4)	(15,9)	53,6
Resultado puesta en equivalencia	3,8	3,7	4,7	0,8	2,0	(62,3)
Resultado antes de impuestos	3,6	(12,9)	—	(53,7)	(20,4)	(163,0)
Impuesto sobre sociedades	240,2	61,6	—	202,9	19,4	—
Resultado operaciones en discontinuación	0,0	(1,0)	100,0	0,0	0,0	(100,0)
Resultado atribuido a socios externos	32,8	27,2	20,6	9,7	7,1	36,6
Resultado Neto	(269,3)	(102,6)	(162,6)	(266,4)	(46,9)	—
Resultado neto ajustado	45,2	29,0	55,9	11,1	19,7	

\* Los ajustes realizados en la cuenta de resultados consolidada del grupo están detallados en la página 29 y 30

### Durante 2018, los ingresos comparables crecen un 2% y el EBITDA crece un 10%.

- Impacto cambiario negativo en ingresos de -81,1 millones y de -19,6 millones en EBITDA.
- Impacto temporal derivado de la entrada en vigor de la NIFF15 con efecto positivo en ingresos de 11,2 millones de euros (-2,7 Santillana y +13,9 Media Capital) y negativo en EBITDA de -2,3 millones (Santillana).
- Ahorros significativos derivados de la implementación del plan de eficiencia: 48,5 millones de euros de ahorros en gastos con un impacto en EBITDA de 39,5 millones de euros.
- Mejora de márgenes a nivel EBITDA y EBIT.
- Los otros resultados financieros recogen en 2018 el impacto contable one-off derivado de la firma de la nueva refinanciación.
- Deterioro de activos por importe de €281 millones sin impacto en caja. A pesar del deterioro registrado en los créditos fiscales, estos permanecen vigentes frente a Hacienda Pública.
- Resultado neto ajustado positivo de 45 millones de euros.



## EDUCACIÓN

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>600,2</b>	<b>645,1</b>	<b>(7,0)</b>	<b>126,6</b>	<b>131,6</b>	<b>(3,8)</b>
España	115,1	121,0	(4,9)	(12,7)	(18,0)	29,4
Internacional	485,1	524,0	(7,4)	139,3	149,6	(6,9)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>168,7</b>	<b>184,6</b>	<b>(8,6)</b>	<b>17,8</b>	<b>19,6</b>	<b>(8,8)</b>
España	20,5	25,4	(19,2)	(30,5)	(35,6)	14,2
Internacional	148,1	159,2	(6,9)	48,4	55,2	(12,3)
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	28,1%	28,6%		14,1%	14,9%	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>105,7</b>	<b>117,5</b>	<b>(10,0)</b>	<b>9,1</b>	<b>11,8</b>	<b>(23,0)</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	17,6%	18,2%		7,2%	9,0%	

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>	<b>673,4</b>	<b>645,1</b>	<b>4,4</b>	<b>142,1</b>	<b>131,6</b>	<b>8,0</b>
España	115,1	121,0	(4,9)	(12,7)	(18,0)	29,4
Internacional	558,3	524,0	6,5	154,8	149,6	3,5
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>	<b>188,6</b>	<b>184,6</b>	<b>2,2</b>	<b>21,3</b>	<b>19,6</b>	<b>8,8</b>
España	20,5	25,4	(19,2)	(30,5)	(35,6)	14,2
Internacional	168,0	159,2	5,6	51,8	55,2	(6,0)
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	28,0%	28,6%		15,0%	14,9%	
<b>EBIT Ajustado a tipo constante</b>	<b>119,2</b>	<b>117,5</b>	<b>1,5</b>	<b>10,5</b>	<b>11,8</b>	<b>(10,7)</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	17,7%	18,2%		7,4%	9,0%	

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Resultados Comparables - a tipo de cambio constante y sin efecto NIIF</b>						
<b>Ingresos de Explotación Comparables</b>	<b>676,1</b>	<b>645,1</b>	<b>4,8</b>	<b>143,2</b>	<b>131,6</b>	<b>8,8</b>
España	115,1	121,0	(4,9)	(12,7)	(18,0)	29,4
Internacional	561,0	524,0	7,0	155,9	149,6	4,2
<b>EBITDA Ajustado Comparable</b>	<b>190,9</b>	<b>184,6</b>	<b>3,4</b>	<b>22,9</b>	<b>19,6</b>	<b>17,2</b>
España	20,5	25,4	(19,2)	(30,5)	(35,6)	14,2
Internacional	170,3	159,2	7,0	53,5	55,2	(3,1)
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	28,2%	28,6%		16,0%	14,9%	

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>600,5</b>	<b>656,2</b>	<b>(8,5)</b>	<b>132,9</b>	<b>133,6</b>	<b>(0,5)</b>
España	115,1	121,0	(4,9)	(12,7)	(18,0)	29,4
Internacional	485,5	535,2	(9,3)	145,7	151,6	(3,9)
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>433,3</b>	<b>476,9</b>	<b>(9,1)</b>	<b>114,3</b>	<b>118,2</b>	<b>(3,3)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>167,3</b>	<b>179,3</b>	<b>(6,7)</b>	<b>18,7</b>	<b>15,4</b>	<b>21,0</b>
<i>Margen EBITDA</i>	27,9%	27,3%		14,1%	11,6%	
<b>EBIT</b>	<b>104,0</b>	<b>110,2</b>	<b>(5,6)</b>	<b>9,1</b>	<b>5,9</b>	<b>53,8</b>
<i>Margen EBIT</i>	17,3%	16,8%		6,8%	4,4%	

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Efectos Extraordinarios</b>						
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,3</b>	<b>11,1</b>	<b>(97,2)</b>	<b>6,4</b>	<b>2,0</b>	<b>---</b>
Santillana USA	7,1	11,1	(35,9)	(0,3)	2,0	---
Argentina Hyperinflation	(6,8)	---	---	6,6	0,0	---
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(14,4)</b>	<b>46,9</b>	<b>2,6</b>	<b>(4,1)</b>	<b>---</b>
Indemnizaciones	(4,7)	(5,8)	19,3	(1,5)	(2,1)	29,3
Santillana USA	---	(8,6)	100,0	0,0	(2,0)	100,0
Argentina Hyperinflation	(3,0)	---	---	4,1	0,0	---
<b>Efectos extraordinarios en Amort. y Provisiones</b>	<b>0,3</b>	<b>(2,0)</b>	<b>---</b>	<b>0,8</b>	<b>(1,7)</b>	<b>---</b>
Santillana USA	---	(2,0)	100,0	0,0	(1,7)	100,0
Argentina Hyperinflation	0,3	---	---	0,8	0,0	---

La hiperinflación en Argentina ha supuesto un impacto negativo en los resultados reportados de Santillana de -6,8 millones de euros en ingresos y -3,8 millones en EBITDA. Ver situación Argentina en pagina 32.





## EDUCACIÓN

### Desglose de ingresos y EBITDA desglosado por campañas

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Ingresos de Explotación Ajustados</b>						
<b>Total Santillana</b>	<b>600,2</b>	<b>645,1</b>	<b>(7,0)</b>	<b>126,6</b>	<b>131,6</b>	<b>(3,8)</b>
Campaña Sur	355,6	387,1	(8,1)	133,0	140,0	(5,0)
Campaña Norte	244,6	258,0	(5,2)	(6,3)	(8,4)	24,0
			---			---
<b>Ingresos de Explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Total Santillana</b>	<b>673,4</b>	<b>645,1</b>	<b>4,4</b>	<b>142,1</b>	<b>131,6</b>	<b>8,0</b>
Campaña Sur	419,0	387,1	8,2	148,7	140,0	6,2
Campaña Norte	254,4	258,0	(1,4)	(6,6)	(8,4)	21,5
						---
<b>Ingresos de Explotación ajustados Comparables a tipo de cambio contante y sin efecto NIIF</b>						
<b>Total Santillana</b>	<b>676,1</b>	<b>645,1</b>	<b>4,8</b>	<b>143,2</b>	<b>131,6</b>	<b>8,8</b>
Campaña Sur	420,6	387,1	8,7	150,0	140,0	7,1
Campaña Norte	255,5	258,0	(1,0)	(6,7)	(8,4)	19,9
<b>EBITDA Ajustado</b>						
<b>Total Santillana</b>	<b>168,7</b>	<b>184,6</b>	<b>(8,6)</b>	<b>17,8</b>	<b>19,6</b>	<b>(8,8)</b>
Campaña Sur	114,7	126,2	(9,1)	57,0	59,9	(4,7)
Campaña Norte	54,0	58,3	(7,5)	(39,2)	(40,3)	2,7
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>						
<b>Total Santillana</b>	<b>188,6</b>	<b>184,6</b>	<b>2,2</b>	<b>21,3</b>	<b>19,6</b>	<b>8,8</b>
Campaña Sur	131,7	126,2	4,4	60,6	59,9	1,3
Campaña Norte	56,8	58,3	(2,6)	(39,4)	(40,3)	2,3
<b>EBITDA Ajustado comparable a tipo de cambio contante y sin efecto NIIF</b>						
<b>Total Santillana</b>	<b>190,9</b>	<b>184,6</b>	<b>3,4</b>	<b>22,9</b>	<b>19,6</b>	<b>17,2</b>
Campaña Sur	133,1	126,2	5,5	62,3	59,9	4,1
Campaña Norte	57,7	58,3	(1,1)	(39,4)	(40,3)	2,2



## EDUCACIÓN

### A DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO Y POSICIÓN GENERAL DE MERCADO

En Educación, Santillana, es la compañía líder en España y Latinoamérica con una cuota combinada del 25%, y con la ventaja competitiva de ser el único operador global en todos los mercados de España y Latinoamérica. Santillana está enfocada en el mercado educativo de K-12, que es el mercado de educación más grande en tamaño, más atractivo y más resistente por su naturaleza de educación obligatoria. Su capacidad de generar contenido a través de su más de 850 profesionales y la capilaridad de su fuerza de ventas contando con más de 1.700 profesionales que cubren más de 210.000 colegios (8.000 visitas diarias) le permiten ofrecer unos servicios y contenidos educativos de valor añadido muy difícil de replicar. Todo ello genera unas altas barreras de entrada para cualquier operador local o internacional.

Santillana, mantiene una posición de liderazgo en el mercado educativo del K-12 en la práctica totalidad de los países en los que opera. Se detalla a continuación la cuota y posición de mercado de Santillana en sus principales mercados según los últimos datos disponibles.

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

PAÍS	Cuota	Posición de Mercado
España	19,9%	1
Brasil	21,9%	2
México	16,6%	1
Argentina	39,6%	1
Chile	28,4%	1
Colombia	34,4%	1

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

Santillana ha desarrollado un papel clave en el proceso de desarrollo tecnológico educativo de los países en los que está presente mediante la implantación y desarrollo de la tecnología en el sistema de aprendizaje educativo en su grado pertinente. Santillana ha creado una plataforma tecnológica escalable a cualquier usuario en cualquier región. Su oferta incluye un servicio integral dirigido a centros escolares, docentes y alumnos, que incorpora la tecnología, la formación y el asesoramiento.

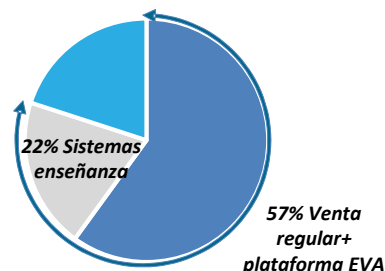
Los productos dirigidos al mercado privado, el 79% de sus ingresos en 2018, incorporan en la oferta del programa educativo componentes tecnológicos pertinentes para la enseñanza. Los sistemas de enseñanza (UNO, Compartir, Farias Brito y Educa) cuentan con más de 1 millón de alumnos y una facturación de 134 millones de euros en 2018.

Más del 50% de los ingresos de Santillana tienen como cliente directo el cliente final, no pasando por el canal tradicional de distribución a través de librerías, habiendo experimentado esta contribución un fuerte crecimiento en los últimos años.

Santillana está principalmente centrado en el sector privado con un 79% de sus ventas procedentes de este sector. Sin embargo, la complementariedad de sinergias operativas con el sector público hace que este presente en los mercados públicos más relevantes de LatAm.

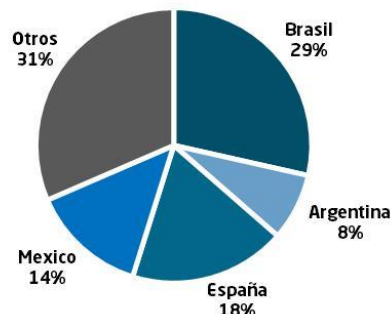
### Desglose de ingresos por naturaleza 2018

21% Venta pública



79% Educación tecnológica EDUTEC (venta privada)

### Desglose de ingresos por origen geográfico 2018





## EDUCACIÓN

### B\_CAMBIO EN NORMATIVA: NIFF15

El 1 de enero de 2018 ha entrado en vigor la NIFF15 que establece un nuevo modelo de reconocimiento de ingresos que obliga a diferir en el tiempo los ingresos derivados de la venta de servicios: la venta y el gasto de los servicios se registrará mensualmente en doce meses desde el inicio del curso escolar. Esta normativa afecta de manera temporal a los negocios de sistemas de enseñanza a lo largo de las campañas. **La implantación de dicha norma ha supuesto en 2018 un impacto temporal negativo en ingresos de -2,7 millones y de -2,3 millones en EBITDA.**

### C\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

#### Principales consideraciones en la comparativa de resultados de Santillana en 2018 versus 2017:

- En 2018:
  - Buena evolución de las campañas del área Sur con crecimiento en ingresos y EBITDA en moneda local del 8,7% y 5,5% respectivamente.
  - Campañas del área Norte afectadas por ciclo bajo en España por ausencia de novedades y buen comportamiento en México.
  - Expansión de los sistemas de enseñanza con crecimiento del 6% en número de alumnos.
  - Venta Santillana USA y real estate en Argentina.
  - Efecto cambiario negativo en ingresos de -73,1 millones de euros y de -19,9 millones en EBITDA.
- En 2017:
  - Se registró una venta institucional adicional en Brasil (EJA) por importe de 8 millones de euros.
  - Venta de un edificio en Barcelona que generó una plusvalía de 1,7 millones de euros.

En la **evolución de ingresos** de 2018 cabe destacar que las campañas se han comportado bien, con un impacto cambiario negativo, impacto de hiperinflación en Argentina y afectados temporalmente por la entrada en vigor de la NIFF15. **Excluyendo estos efectos, los ingresos crecen un 4,8% respecto al ejercicio anterior, teniendo en cuenta que 2018 es año sin novedades en España y ciclo bajo de ventas institucionales en Brasil.**

**a) Las campañas del área sur:** Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay y Perú. Las campañas de venta regular de estos países **han evolucionado positivamente, mostrando crecimiento en ingresos y en EBITDA en moneda local del 8,7% y 5,5% respectivamente.**

Cabe destacar que en 2018 Santillana ha conseguido en las ventas institucionales (públicas) de Brasil PNLD F1 (1º a 5º), **una cuota del 33,4% versus 16% del mismo ciclo en 2015.** El importe de estas ventas ha ascendido a 156 millones de reales para las que se espera una mayor reposición que en ejercicios anteriores en los próximos tres años.

**Los ciclos de compras públicas en Brasil siguen el siguiente comportamiento:**

Año	Compra	Reposición	Ciclo
2018	Primaria (1º a 5º)	Secundaria, Bachillerato	bajo
2019	Secundaria (6º a 9º)	Primaria, Bachillerato	medio
2020	Bachillerato (ensino medio)	Primaria, Secundaria	alto

Antes del 2018, el gobierno compraba el primer año con reposiciones en los dos años siguientes (ciclo de 3 años), pero a partir del ejercicio 2018 se han introducido cambios en el modelo de compras del gobierno que se repetirá cada 4 años: compras el primer año con reposiciones en los 3 años siguientes siendo las reposiciones esperadas mayores que las realizadas con anterioridad.

**b) Las campañas del área norte:** España, México, Puerto Rico, Republica Dominicana, Ecuador. **España muestra una caída en ingresos del 7% respecto a 2017 por ser 2018 año de ciclo bajo sin novedades y México muestra crecimiento en moneda local del 5% impulsado principalmente por la buena evolución de las ventas públicas.**

**c) Los sistemas de enseñanza digitales (UNO, Compartir, Farias Brito y Educa)** continúan su expansión en Latinoamérica, creciendo un 6% el número de alumnos hasta sobrepasar el millón, mostrando el conjunto unos ingresos de 134 millones de euros.

**d) El tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo en 2018 explicado fundamentalmente por la evolución de tipos en Brasil, Argentina y México. El impacto negativo ha sido de -73,1 millones de euros en ingresos y de -19,9 millones de euros en EBITDA.

**e) El EBITDA comparable** excluyendo efecto cambiario y NIFF15 crece un 3,4% hasta alcanzar los 191 millones de euros.



## RADIO

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>288,1</b>	<b>280,7</b>	<b>2,6</b>	<b>82,0</b>	<b>77,8</b>	<b>5,3</b>
España	189,1	179,9	5,1	55,3	50,8	8,8
Latam	92,3	94,6	(2,4)	26,1	26,1	0,1
Música	14,7	15,8	(7,0)	2,3	3,8	(38,7)
Ajustes y Otros	(8,0)	(9,6)	16,3	(1,8)	(2,9)	37,7
<b>Ingresos de Explotación con MX y CR</b>	<b>309,0</b>	<b>301,7</b>	<b>2,4</b>	<b>87,6</b>	<b>84,0</b>	<b>4,3</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>61,8</b>	<b>46,6</b>	<b>32,7</b>	<b>23,4</b>	<b>18,1</b>	<b>29,2</b>
España	37,2	24,3	52,6	13,8	9,6	44,3
Latam	23,4	24,0	(2,4)	8,4	8,8	(5,5)
Música	0,1	(1,8)	---	0,0	(0,3)	---
Ajustes y Otros	1,1	(0,0)	---	1,1	0,0	---
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	21,5%	16,6%		28,5%	23,2%	
<b>EBITDA Ajustado con MX y CR</b>	<b>70,0</b>	<b>55,2</b>	<b>26,9</b>	<b>25,7</b>	<b>21,1</b>	<b>22,0</b>
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>52,1</b>	<b>36,2</b>	<b>44,0</b>	<b>20,9</b>	<b>16,0</b>	<b>30,5</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	18,1%	12,9%		25,5%	20,6%	
<b>EBIT Ajustado con MX y CR</b>	<b>59,3</b>	<b>44,0</b>	<b>34,9</b>	<b>23,0</b>	<b>18,9</b>	<b>21,8</b>
	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Var. %</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Var. %</b>
<b>Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos de Explotación a tipo constante</b>	<b>295,2</b>	<b>280,7</b>	<b>5,2</b>	<b>84,2</b>	<b>77,8</b>	<b>8,1</b>
España	189,1	179,9	5,1	55,3	50,8	8,8
Latam	99,4	94,6	5,1	28,7	26,1	10,0
Música	14,7	15,8	(6,6)	2,3	3,8	(38,7)
Ajustes y Otros	(8,0)	(9,6)	16,0	(2,2)	(2,9)	24,8
<b>Ingresos de Explotación a TCCTE con MX y CR</b>	<b>317,6</b>	<b>301,7</b>	<b>5,3</b>	<b>89,9</b>	<b>84,0</b>	<b>7,0</b>
<b>EBITDA Ajustado a tipo constante</b>	<b>62,1</b>	<b>46,6</b>	<b>33,5</b>	<b>23,8</b>	<b>18,1</b>	<b>31,8</b>
España	37,2	24,3	52,6	13,8	9,6	44,3
Latam	23,7	24,0	(1,0)	8,7	8,8	(1,5)
Música	0,1	(1,8)	---	0,0	(0,3)	---
Ajustes y Otros	1,1	(0,0)	---	1,3	0,0	---
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	21,0%	16,6%		28,3%	23,2%	
<b>EBITDA Ajustado a TCCTE con MX y CR</b>	<b>70,9</b>	<b>55,2</b>	<b>28,5</b>	<b>26,2</b>	<b>21,1</b>	<b>24,5</b>
<b>EBIT Ajustado a tipo constante</b>	<b>52,1</b>	<b>36,2</b>	<b>44,0</b>	<b>22,5</b>	<b>16,0</b>	<b>40,3</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	17,6%	12,9%		26,7%	20,6%	
<b>EBIT Ajustado a TCCTE con MX y CR</b>	<b>59,8</b>	<b>44,0</b>	<b>36,1</b>	<b>24,6</b>	<b>18,9</b>	<b>30,3</b>
	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Var. %</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Var. %</b>
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>287,6</b>	<b>280,7</b>	<b>2,5</b>	<b>82,8</b>	<b>77,8</b>	<b>6,4</b>
Publicidad	257,6	250,2	3,0	73,8	70,4	4,8
<i>España</i>	172,0	163,1	5,4	50,0	46,4	7,8
<i>Latam</i>	85,8	87,2	(1,6)	23,8	24,1	(1,2)
<i>Otros</i>	(0,2)	(0,1)	(8,5)	(0,0)	(0,0)	91,4
Otros	30,0	30,5	(1,7)	9,0	7,4	21,2
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>234,7</b>	<b>239,3</b>	<b>(1,9)</b>	<b>61,9</b>	<b>60,6</b>	<b>2,1</b>
<b>EBITDA</b>	<b>52,9</b>	<b>41,4</b>	<b>27,9</b>	<b>20,9</b>	<b>17,2</b>	<b>21,4</b>
<i>Margen EBITDA</i>	18,4%	14,7%		25,3%	22,1%	
<b>EBIT</b>	<b>43,1</b>	<b>28,4</b>	<b>51,7</b>	<b>18,4</b>	<b>12,7</b>	<b>45,4</b>
<i>Margen EBIT</i>	15,0%	10,1%		22,2%	16,3%	
	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Var. %</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>Var. %</b>
<b>Efectos Extraordinarios</b>						
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>(0,5)</b>	<b>0,0</b>	<b>---</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>---</b>
Argentina Hyperinflation	(0,5)		---	0,8	0,0	---
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(9,3)</b>	<b>(5,2)</b>	<b>(79,5)</b>	<b>(1,7)</b>	<b>(0,9)</b>	<b>(100,2)</b>
Indemnizaciones	(8,7)	(5,2)	(67,9)	(2,7)	(0,9)	---
Argentina Hyperinflation	(0,6)		---	1,0	0,0	---
<b>Efectos extraordinarios en Amort. y Provisiones</b>	<b>0,1</b>	<b>(2,5)</b>	<b>---</b>	<b>0,1</b>	<b>(2,5)</b>	<b>---</b>
Detenimientos y Pérdidas de inmovilizado	0,0	(2,5)	100,0	0,0	(2,5)	100,0
Argentina Hyperinflation	0,1		---	0,1	0,0	---

**Los resultados ajustados del grupo no incluyen México y Costa Rica.** A efectos de dar una visión completa del negocio, se incluye la línea de Ingresos y EBITDA ajustados incluyendo México y Costa Rica.



## RADIO

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio 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 4.139 miles de oyentes** (cuota de mercado del 36% de la radio generalista en España). **Los40 ocupa la segunda posición en España después de SER y mantiene el primer puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 22%.**

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

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Tercera Ola 2018	Posición de Mercado	Cuota
<b>TOTAL ESPAÑA*</b>	<b>9.717</b>		
<b>RADIO GENERALISTA</b>	<b>4.139</b>	<b>1</b>	<b>36%</b>
Cadena Ser	4.139		36%
<b>RADIO MUSICAL*</b>	<b>5.924</b>	<b>1</b>	<b>44%</b>
Los 40	2.925		22%
Dial	2.224		16%
M80	445		3%
Máxima FM	259		2%
Radiolé	452		3%

\*Se eliminan duplicidades

Fuente: EGM Tercera Ola 2018

En cuanto a la radio internacional,

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Tercera Ola 2018	Posición de Mercado	Cuota
Colombia	7.174	1	27%
Chile	2.588	1	40%
México	1.637	2	15%

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

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de la Radio en 2018 versus 2017:

- Liderazgo tanto en radio hablado como en musical.
- Fuerte apalancamiento operativo con mejora en EBITDA del 33%.
- Crecimiento de la publicidad en España tanto en nacional (+7,9%) como en local (+2,5%).
- Buen comportamiento en LatAm especialmente en Colombia y Chile con crecimiento en ingresos en moneda local del 9% y 3% respectivamente.
- Implementación del plan de eficiencia.
- Mejora significativa de márgenes

En 2018, los ingresos ajustados de la radio crecieron un 5% en moneda constante (+2,6% en euros) impulsados por el crecimiento en España (+5%) y por el buen comportamiento en LatAm cuyos ingresos crecen un 5% en moneda constante (-2,4% en euros).

El impacto de los tipos de cambio ha sido negativo en -7,2 millones de euros en ingresos y en -0,3 millones en EBITDA.

El EBITDA ajustado a tipo de cambio constante mejora un 33% (+34% en moneda constante) gracias al crecimiento de la publicidad, el control de costes y el fuerte apalancamiento operativo.

Desglose de ingresos:

**España:** Los ingresos de publicidad de Radio en España en el periodo crecen un 5% hasta alcanzar 172 millones de euros (+7,8% de crecimiento en el 4T estanco).

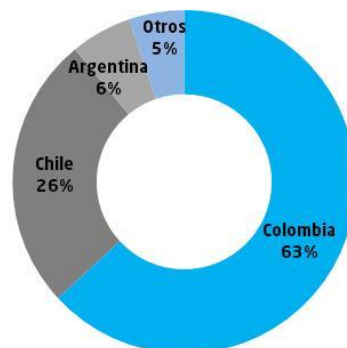
**Los ingresos publicitarios** crecen un 5% con crecimiento en nacional del 7,9% y en local del 2,5%.

**LatAm:** Los ingresos ajustados de Radio LatAm alcanzan 92,3 millones de euros versus 94,6 millones en el mismo periodo de 2017, +5% a tipo de cambio constante.

Por países, cabe destacar:

- **Colombia**, que muestra un crecimiento en moneda local de los ingresos publicitarios del 9%.
- **Chile**, muestra un crecimiento de sus ingresos publicitarios en moneda local del 3%.

Enero-Diciembre 2018:  
Desglose de ingresos LatAm (%)



**México**, que consolida por puesta en equivalencia, ha experimentado un crecimiento de sus ingresos en moneda local del 7,9%.



## PRENSA

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>203,2</b>	<b>220,6</b>	<b>(7,9)</b>	<b>58,3</b>	<b>63,2</b>	<b>(7,8)</b>
<i>Publicidad</i>	107,2	105,5	1,6	35,6	33,8	5,1
<i>Circulación</i>	68,3	79,4	(14,0)	15,9	18,9	(16,1)
<i>Promociones y Otros</i>	27,7	35,7	(22,5)	6,8	10,4	(34,4)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>13,7</b>	<b>12,5</b>	<b>9,5</b>	<b>10,4</b>	<b>8,0</b>	<b>30,1</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	6,7%	5,7%		17,8%	12,6%	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>7,4</b>	<b>3,9</b>	<b>89,4</b>	<b>8,3</b>	<b>6,0</b>	<b>38,9</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	3,6%	1,8%		14,2%	9,5%	

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>203,2</b>	<b>220,6</b>	<b>(7,9)</b>	<b>58,3</b>	<b>63,2</b>	<b>(7,8)</b>
<i>Publicidad</i>	107,2	105,5	1,6	35,6	33,8	5,1
<i>Circulación</i>	68,3	79,4	(14,0)	15,9	18,9	(16,1)
<i>Promociones y Otros</i>	27,7	35,7	(22,5)	6,8	10,4	(34,4)
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>195,8</b>	<b>216,6</b>	<b>(9,6)</b>	<b>49,1</b>	<b>61,1</b>	<b>(19,7)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>7,3</b>	<b>4,0</b>	<b>84,8</b>	<b>9,2</b>	<b>2,0</b>	<b>---</b>
<i>Margen EBITDA</i>	3,6%	1,8%		15,7%	3,2%	
<b>EBIT</b>	<b>1,0</b>	<b>(14,1)</b>	<b>---</b>	<b>7,1</b>	<b>(9,5)</b>	<b>---</b>
<i>Margen EBIT</i>	0,5%	-6,4%		12,2%	-15,0%	

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Efectos Extraordinarios</b>						
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>---</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>---</b>
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(8,5)</b>	<b>10,5</b>	<b>(2,5)</b>	<b>(5,9)</b>	<b>58,3</b>
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(7,6)	(8,5)	10,5	(2,5)	(5,9)	58,3
<b>Efectos extraordinarios en Amort.y Provisiones</b>	<b>0,0</b>	<b>(8,7)</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>(8,7)</b>	<b>100,0</b>
Deterioros y Pérdidas de inmovilizado	0,0	(8,7)	100,0	0,0	(8,7)	100,0

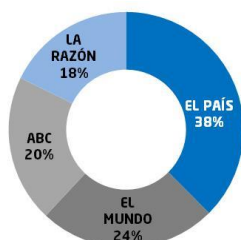


## PRENSA

### A\_POSICIÓN DE MERCADO

El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 38% según los últimos datos disponibles de OJD Diciembre 2018.

**Enero-Diciembre 2018:**  
Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD Diciembre 2018

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

Enfoque en avanzar hacia un **modelo de negocio digital creciente y escalable**, cuyo primer paso ha sido el crecimiento y liderazgo de las audiencias y el despegue de la publicidad digital, que ya tiene más peso que la tradicional.

En términos de **navegadores únicos**, en prensa de media a Diciembre de 2018 se han alcanzado los 126 millones (+16%). El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 83 millones de promedio mensual.

EL PAÍS ocupa la primera posición en webs de noticias en Español y en el ranking mundial de medios la posición 11, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

EL PAÍS y ARC Publishing, la plataforma digital diseñada por The Washington Post, se han aliado para optimizar la infraestructura tecnológica del diario. ARC es una plataforma puntera que mejorará la experiencia del lector y agilizará la producción y distribución de los contenidos digitales. El soporte reforzará el proceso de transformación digital iniciado hace años por EL PAÍS y será clave para seguir profundizando en el proceso de transformación digital de las redacciones y del modelo de negocio, tanto del publicitario como el sustentado por los usuarios.

**Acuerdo para la creación de la principal plataforma de publicidad programática en España:** Prisa, Vocento y Godó han llegado a un acuerdo para crear una plataforma conjunta de gestión de venta de publicidad programática. El objetivo de este Market place es conseguir la agregación de audiencias cualitativas para la venta de publicidad programática, que permita a los anunciantes tener unos índices de visibilidad elevados y generar campañas eficientes para los usuarios. Es un proyecto de sector, con vocación de integrar a otros editores, estando en conversaciones con otros medios con el objeto de que se incorporen al proyecto.

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de la prensa en 2018 versus 2017:

- Mejora operativa significativa en el 4T estanco.
- Avances hacia un modelo digital creciente y escalable.
- Mejoras en la evolución de la publicidad en el 4T estanco (+5,1%).
- Ahorros en gastos significativos derivados de la implementación del plan de eficiencia encaminados a flexibilizar la estructura de costes.

En el área de prensa, los ingresos muestran una caída del 7,9%, alcanzando los 203,2 millones de euros. El incremento de la publicidad digital y los otros negocios digitales no ha permitido compensar la caída de publicidad no digital y la caída de los ingresos por circulación.

Los ingresos de publicidad en el periodo crecen un 1,6% (+5,1% en el 4T).

- Los ingresos de publicidad digital crecen a un mayor ritmo (+16%) de lo que caen los ingresos de publicidad tradicional (-11%), lo que permite tener buenas perspectivas a futuro una vez que la publicidad digital ya representa un 53% sobre el total (78% en Diario As).

En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico es la siguiente (OJD Diciembre):

Ejemplares	ENERO - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %
El País	137.551	175.041	(21,4)
Diario As	99.346	111.913	(11,2)

En la evolución de difusión de El País, y dentro de su estrategia de continua transformación digital y mejora de rentabilidad, desde junio de 2018, se ha eliminado la difusión en Miami, República Dominicana y Perú. En LatAm, se ha mantenido en Argentina y México. Sin el efecto de las eliminaciones, la caída de difusión es del 8%.

Avances significativos en la implementación de medidas (impresión, distribución y tecnología) encaminadas a **variabilizar los costes asociados a los ejemplares físicos**.

Destaca el fuerte control de costes, con una caída del -9%.

En cuanto al EBITDA ajustado crece un 9,5 % alcanzando los 13,7 millones de euros frente a 12,5 millones en el mismo periodo de 2017 con una mejora del 30% en el 4T estanco, reflejo de las medidas de eficiencia implantadas.





## MEDIA CAPITAL

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Resultados de Explotación Ajustados</b>						
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>181,8</b>	<b>165,5</b>	<b>9,9</b>	<b>55,8</b>	<b>50,2</b>	<b>11,3</b>
<i>Publicidad</i>	124,8	118,9	4,9	40,2	36,0	11,9
<i>Otros</i>	57,0	46,5	22,6	15,6	14,2	9,6
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>41,5</b>	<b>41,7</b>	<b>(0,7)</b>	<b>16,3</b>	<b>18,0</b>	<b>(9,0)</b>
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	22,8%	25,2%		29,3%	35,8%	
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>34,4</b>	<b>33,6</b>	<b>2,3</b>	<b>14,3</b>	<b>15,7</b>	<b>(9,2)</b>
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	18,9%	20,3%		25,5%	31,3%	

Millones de €	2018			2017			Var.%		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Resultados Comparables - sin efecto NIIF</b>									
<b>Ingresos de Explotación Comparables</b>	<b>167,9</b>	<b>165,5</b>	<b>1,5</b>	<b>49,6</b>	<b>50,2</b>	<b>(1,0)</b>			
<i>Publicidad</i>	122,0	118,9	2,6	37,5	36,0	4,2			
<i>Otros</i>	45,9	46,5	(1,4)	12,2	14,2	(14,3)			
<b>Gastos de Explotación Comparables</b>	<b>126,4</b>	<b>123,7</b>	<b>2,2</b>	<b>33,3</b>	<b>32,2</b>	<b>3,4</b>			
<b>EBITDA Ajustado Comparable</b>	<b>41,5</b>	<b>41,7</b>	<b>(0,7)</b>	<b>16,3</b>	<b>18,0</b>	<b>(9,0)</b>			
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	24,7%	25,2%		32,9%	35,8%				
<b>EBIT Ajustado Comparable</b>	<b>34,4</b>	<b>33,6</b>	<b>2,3</b>	<b>14,3</b>	<b>15,7</b>	<b>(9,2)</b>			
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	20,5%	20,3%		28,7%	31,3%				

Millones de €	2018			2017			Var.%		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Resultados Reportados</b>									
<b>Ingresos de Explotación</b>	<b>181,8</b>	<b>165,5</b>	<b>9,9</b>	<b>55,8</b>	<b>50,2</b>	<b>11,3</b>			
<i>Publicidad</i>	124,8	118,9	4,9	40,2	36,0	11,9			
<i>Otros</i>	57,0	46,5	22,6	15,6	14,2	9,6			
<b>Gastos de Explotación</b>	<b>141,1</b>	<b>124,8</b>	<b>13,1</b>	<b>39,6</b>	<b>32,3</b>	<b>22,6</b>			
<b>EBITDA</b>	<b>40,7</b>	<b>40,7</b>	<b>0,1</b>	<b>16,2</b>	<b>17,8</b>	<b>(9,3)</b>			
<i>Margen EBITDA</i>	22,4%	24,6%		29,0%	35,5%				
<b>EBIT</b>	<b>33,6</b>	<b>32,2</b>	<b>4,5</b>	<b>14,1</b>	<b>15,2</b>	<b>(7,5)</b>			
<i>Margen EBIT</i>	18,5%	19,4%		25,2%	30,3%				

Millones de €	2018			2017			Var.%		
	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%	2018	2017	Var.%
<b>Efectos Extraordinarios</b>									
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>—</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>—</b>			
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(0,7)</b>	<b>(1,1)</b>	<b>29,8</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>(34,8)</b>			
<i>Indemnizaciones</i>	(0,7)	(1,1)	29,8	(0,2)	(0,1)	(34,8)			



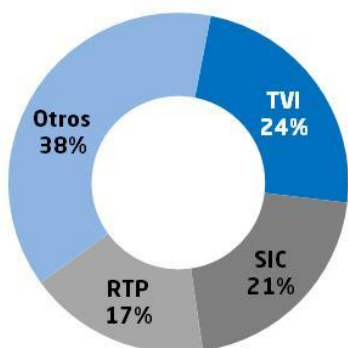


## MEDIA CAPITAL

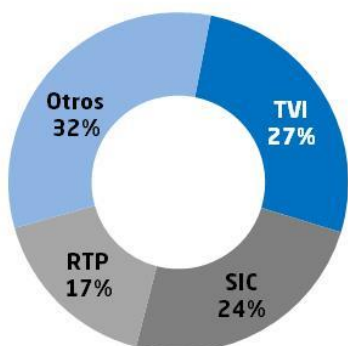
### A\_POSICIÓN DE MERCADO

TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando unas audiencias medias diarias de 24% y 27%, respectivamente, sobre el total de Televisión (incluye la totalidad de canales de TVI y para el principal target comercial: Adultos).

Enero – Diciembre 2018 (24hrs)



Enero – Diciembre 2018 (Prime Time)



Gfk Diciembre 2018 // \*RTP incluye RTP1 y RTP2 // \* Otros incluye TV de pago

La cuota de audiencia media consolidada de Radio de Media Capital alcanza el 37%.

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

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 24,7%.
- **M80, la cadena de radio musical**, mejora su audiencia alcanzando el 8,5%.

### B\_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En la evolución operativa de Media Capital cabe destacar:

- Media Capital refuerza su posición de liderazgo en medios en Portugal en términos de cuota de mercado y rentabilidad.
- Crecimiento de la publicidad del 2,6%.
- Refuerzo de la programación con la adquisición de los derechos de la Champions para la temporada 18/19 y el fortalecimiento de su parrilla de entretenimiento.
- La implementación de la NIFF15 ha supuesto un incremento en ingresos y en gastos en la misma cantidad por 13,9 millones de euros.
- Destaca la fuerte y constante generación de caja operativa del negocio y la reducción significativa de su deuda neta hasta los 84 millones de euros.

La evolución de ingresos y costes en el periodo se ha visto afectada por la implantación de la NIFF15 que ha supuesto un incremento en ingresos (otros ingresos) y costes en la misma cantidad de 13,9 millones de euros. Sin dicho impacto, los ingresos crecen un 1,5% y los gastos un 2,2%.

- ✓ La **publicidad** registra en el período un crecimiento del 2,6%.
- ✓ Los **otros ingresos** (derechos de canales y multimedia) registran una caída del 1,4% excluyendo el impacto NIFF15.

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en 2018 unos ingresos de 151 millones de euros (+1% excluyendo el impacto NIFF15).
- ✓ El negocio de **Radio** de Media Capital muestra un crecimiento en ingresos del +4% con una mejora operativa del 12,7%.

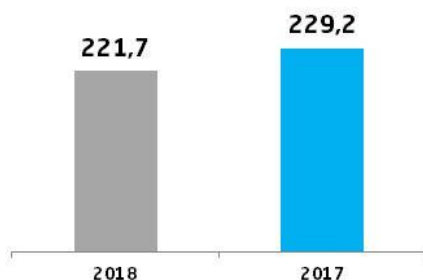
El EBITDA ajustado del conjunto de negocios de Media Capital alcanza los 41,5 millones de euros permaneciendo estable frente a los 41,7 millones registrados en el mismo periodo de 2017, con refuerzo de su programación durante el segundo semestre.

## TRANSFORMACIÓN DIGITAL

### A\_INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN

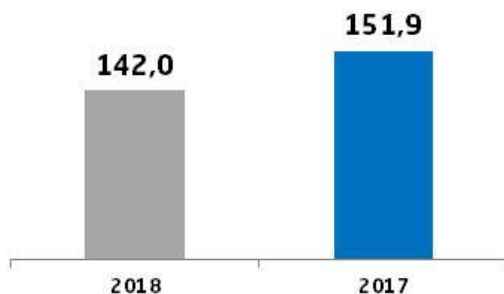
Los ingresos de transformación en el grupo en 2018, se incrementan un 3,4% en moneda local hasta alcanzar los 229,2 millones de euros (-4.9% en euros). Representan ya un 17% del total de los ingresos del Grupo.

Enero\_Diciembre 2018  
+3,4% (moneda cte)



### B\_NAVEGADORES ÚNICOS

La media mensual de navegadores únicos del Grupo crece un 7% en 2018, alcanzando los 151,9 millones.

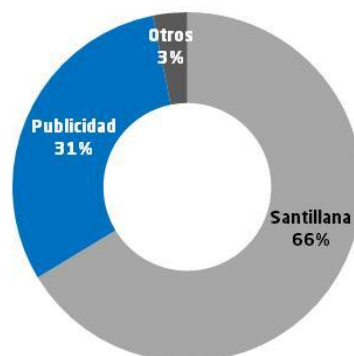


Los navegadores únicos de la prensa crecieron un +16% en 2018, alcanzando los 126 millones de media.

En la radio, los navegadores únicos a las páginas web del total de la radio alcanzan los 39,4 millones (+0,1%).

En Media Capital los navegadores únicos alcanzan los 10,9 millones con un crecimiento del 10,6% respecto al mismo período del ejercicio anterior.

### C\_DESGLOSE DE INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN



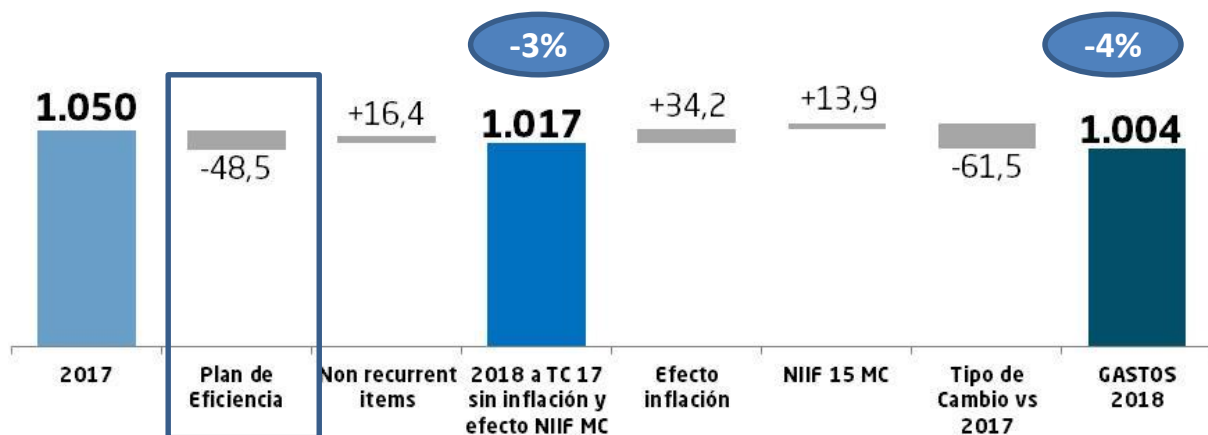
Los ingresos de **publicidad digital** corresponden principalmente a la prensa mostrando un crecimiento del 16% y representando ya un 53% de los ingresos publicitarios de la división.

Los **Sistemas de Educación Digitales (UNO, Compartir, Farias Brito y Educa)**, continúan su desarrollo representando un 66% del total de los ingresos de transformación del grupo



## PLAN DE EFICIENCIA

La compañía ha comenzado a implementar el plan de eficiencia anunciado en febrero del 2018, con el **objetivo de ahorrar 40 millones de euros en gastos en los próximos 3 años** principalmente en el perímetro de Media (prensa y radio) y en el corporativo. Durante el ejercicio 2018, los ahorros derivados de la implementación de dichas medidas alcanzan los 48,5 millones de euros con un impacto en EBITDA de 39,5 millones de euros.



El desglose de ahorro en gastos por concepto se detalla a continuación:

Desglose de ahorros por concepto	Importe
Ajustes de personal	4,6
Reduccion de costes por cierre de operaciones no rentables	11,3
Transformación operaciones de prensa	11,5
Simplificación de estructuras centrales	15,9
Otros ahorros	5,2
<b>Total</b>	<b>48,5</b>



## DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %
<b>Resultados Ajustados</b>			
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>188,0</b>	<b>174,9</b>	<b>7,5</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>14,7%</i>	<i>13,3%</i>	
<b>Resultado Financiero Ajustado</b>	<b>(61,2)</b>	<b>(74,7)</b>	<b>18,1</b>
Gastos por intereses de financiación	(53,0)	(52,8)	(0,4)
Otros resultados financieros	(8,2)	(21,9)	62,6
<b>Resultado puesta en equivalencia ajustado</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>(20,5)</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>130,7</b>	<b>105,1</b>	<b>24,4</b>
Impuesto sobre sociedades ajustado	52,6	47,0	11,9
<b>Resultado operaciones en discontinuación</b>	<b>0,0</b>	<b>(1,0)</b>	<b>100,0</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>33,0</b>	<b>28,1</b>	<b>17,2</b>
<b>Resultado Neto Ajustado</b>	<b>45,2</b>	<b>29,0</b>	<b>55,9</b>
Ajustes operativos	(102,7)	(122,3)	16,0
<i>Fondo de Comercio</i>	<i>(79,0)</i>	<i>(86,8)</i>	<i>9,0</i>
<i>Otros ajustes operativos</i>	<i>(23,7)</i>	<i>(35,5)</i>	<i>33,2</i>
Ajustes Financieros	(24,4)	5,5	---
Ajustes al Impuesto de Sociedades	(187,4)	(14,8)	---
<b>Resultado Neto</b>	<b>(269,3)</b>	<b>(102,6)</b>	<b>(162,6)</b>

El resultado neto ajustado excluyendo extraordinarios alcanza los 45 millones de euros a pesar del impacto cambiario negativo en EBIT de 13 millones

- **Los ajustes operativos incluyen:**

- Deterioros del fondo de comercio principalmente en Mediacapital. Tras la creciente volatilidad experimentada en Europa por la inestabilidad geopolítica y tras el impacto en valoración que ha sufrido la industria de televisión en abierto en Europa, especialmente durante el 2S de 2018, se ha modificado la tasa de descuento y la tasa de crecimiento a largo plazo para el negocio de televisión en abierto, lo que ha supuesto un deterioro de 76 millones de euros.
- Indemnizaciones por importe de 23,7 millones de euros.

- **Los ajustes financieros incluyen:**

- Impacto de la refinanciación de la deuda por importe de 17,3 millones de euros.
- Impacto cambiario non cash de la actualización del pasivo por el dividendo preferente de Santillana.

- **Los ajustes al impuesto de sociedades incluyen:**

- El efecto impositivo de los ajustes operativos y financieros por 14,6 millones de euros
- Deterioros de créditos fiscales por importe de 201,8 millones de euros. Al cierre del ejercicio 2018 se ha llevado a cabo una revisión del valor contable de los activos del grupo fundamentado en la búsqueda de la optimización de la caja alienada con las proyecciones a largo plazo de la compañía, tras el acuerdo de refinanciación alcanzado en 2018 y tras la reasignación de créditos fiscales por la inspección 2012-2015 que ha generado una reasignación de créditos de una categoría a otra impactando negativamente en la recuperación de los mismos
  - Dicha revisión ha llevado a registrar minusvalías contables (deterioros) en los créditos fiscales por importe de 201,8 millones de euros.
  - Este deterioro tiene impacto en P&L pero no representa ninguna salida de caja.
  - A pesar del deterioro realizado, no se afectan los derechos del Grupo para poder utilizar estos créditos fiscales en el futuro para compensar beneficios.



## POSICIÓN FINANCIERA

### A\_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO: ESTACIONALIDAD

La generación de caja del Grupo trimestralmente esta ligada a la estacionalidad del negocio, produciéndose fluctuaciones a lo largo del año explicadas fundamentalmente por la naturaleza de los distintos negocios, siguiendo todos los años un patrón de comportamiento parecido.

En el negocio de educación, la generación de caja, por regla general, está condicionada por el momento en el que se producen las campañas en los distintos países:

- Área Sur: Facturación en 1T (cobro en 2T) y 4T (cobro 1T año siguiente).
- Área Norte: Facturación en 2T y 3T (cobro en 4T).
- Ventas institucionales de Brasil: Facturación en 4T (cobro hasta 45 días desde la entrega: parte en 4T y parte en 1T año siguiente) .

En el negocio de media, los trimestres estacionalmente mas fuertes de venta de publicidad son el 2T y el 4T (mayor inversión en circulante), produciéndose el cobro de la misma en el 3T y 1T del año siguiente.

En cuanto a la generación de caja en líneas generales y para el conjunto del grupo es importante considerar que no es lineal a lo largo de los trimestres y se concentra en el 1T y 4T:

- **El 1T y 4T del año concentran la mayor generación de caja.**
  - En el 1T se cobra la publicidad generada en los negocios de media del 4T, las campañas del área Sur de Santillana y parte de la venta institucional de Brasil.
  - En el 4T se cobra las campañas del área Norte de Santillana y parte de la venta institucional de Brasil
- **El 2T es un trimestre de fuerte inversión en circulante** por el aprovisionamiento para las campañas del área Norte de Santillana y se generan cuentas a cobrar por la publicidad de los negocios de media. Adicionalmente se produce en el 2T el pago del 100% del dividendo preferente del minoritario de Santillana. La generación de caja del 2T tiende a ser siempre negativa.
- **La generación de caja del 3T:** Se compensa la inversión en circulante por las cuentas por cobrar de las campañas del área Norte de Santillana con el cobro del 2T de publicidad de los negocios de media. La generación de caja del 3T tiende a ser baja o negativa.



## POSICIÓN FINANCIERA

### B\_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO 2018

Millones de €	Dic. 2018	Dic. 2017	Var. 18/17	
			Abs.	Rel
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	259,3	256,7	2,6	0,0
EBITDA (excluyendo indemnizaciones)	280,0	274,8	5,1	0,0
Provisiones	-20,7	-18,1	-2,5	-0,1
Variación del circulante	15,4	-55,2	70,6	---
Pago de impuestos	-29,1	-37,2	8,1	0,2
Otros flujos de las actividades de explotación	-17,3	-6,2	-11,1	-1,8
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>228,4</b>	<b>158,2</b>	<b>70,2</b>	<b>0,4</b>
Capex	-68,6	-67,4	-1,2	0,0
<b>CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN</b>	<b>159,8</b>	<b>90,8</b>	<b>69,0</b>	<b>0,8</b>
Inmovilizado financiero	-3,0	-7,2	4,2	0,6
<b>CASH FLOW DE INVERSIÓN</b>	<b>-3,0</b>	<b>-7,2</b>	<b>4,2</b>	<b>0,6</b>
Operaciones de capital y otras emisiones	0,1	-0,1	0,2	---
Pago de intereses	-44,2	-37,9	-6,4	-0,2
Pago de dividendos	-25,7	-27,1	1,4	0,1
Cobro de dividendos	0,2	2,2	-1,9	-0,9
Otros flujos de las actividades de financiación	-4,7	-6,6	2,0	0,3
<b>CASH FLOW DE FINANCIACIÓN</b>	<b>-74,3</b>	<b>-69,5</b>	<b>-4,7</b>	<b>-0,1</b>
Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros	-1,8	-7,1	5,3	0,7
<b>GENERACIÓN DE CAJA RECURRENTE ANTES DE EXTRAORDINARIOS</b>	<b>80,7</b>	<b>6,9</b>	<b>73,9</b>	<b>---</b>
Pago de indemnizaciones	-27,4	-25,9	-1,5	-0,1
Desinversiones	22,9	3,3	19,7	6,0
Costes de refinanciación y sucesión	-34,2	0,0	-34,2	---
<b>GENERACIÓN DE CAJA RECURRENTE ANTES DE AMPLIACION</b>	<b>42,1</b>	<b>-15,8</b>	<b>57,9</b>	<b>---</b>
<b>Ampliación de capital</b>	<b>547,8</b>	<b>0,0</b>	<b>547,8</b>	<b>---</b>
<b>GENERACIÓN DE CAJA</b>	<b>589,9</b>	<b>-15,8</b>	<b>605,7</b>	<b>---</b>

En 2018, la generación de caja antes de las operaciones de capital ha sido de 42,1 millones de euros frente a -15,8 millones en el mismo período de 2017:

- La mejora en la variación del circulante de 70,6 millones de euros obedece principalmente a:
  - los cobros en 2018 de 26 millones de euros que quedaron pendientes de la campaña institucional en Brasil del ejercicio 2017 (efecto permanente).
  - Facturación PNLD 2019 (+20,7M€): en 2018 sólo queda pendiente de cobro 5,5M€ frente a 26M€ que quedó pendiente en 2017, lo que implica una mejora en el circulante por menores cuentas por cobrar.
  - Anticipo de cobros respecto a 2017 por 8 millones de euros y menores cuentas por pagar por 6 millones de euros.
- Se han producido desinversiones por 22,9 millones de euros frente a 3,3 en el mismo período del ejercicio anterior.

### CAPEX

#### CAPEX

Millones de €	Dic. 2018	Dic. 2017	Var. 18/17
Santillana	-50,4	-53,0	2,6
Radio	-5,6	-5,3	-0,2
Prisa Noticias	-4,0	-3,4	-0,6
Media Capital	-6,1	-4,0	-2,1
Otros	-2,5	-1,7	-0,8
<b>Total GRUPO PRISA</b>	<b>-68,6</b>	<b>-67,4</b>	<b>-1,2</b>



## POSICIÓN FINANCIERA

### B\_POSICIÓN FINANCIERA BANCARIA NETA

#### DEUDA BANCARIA TOTAL

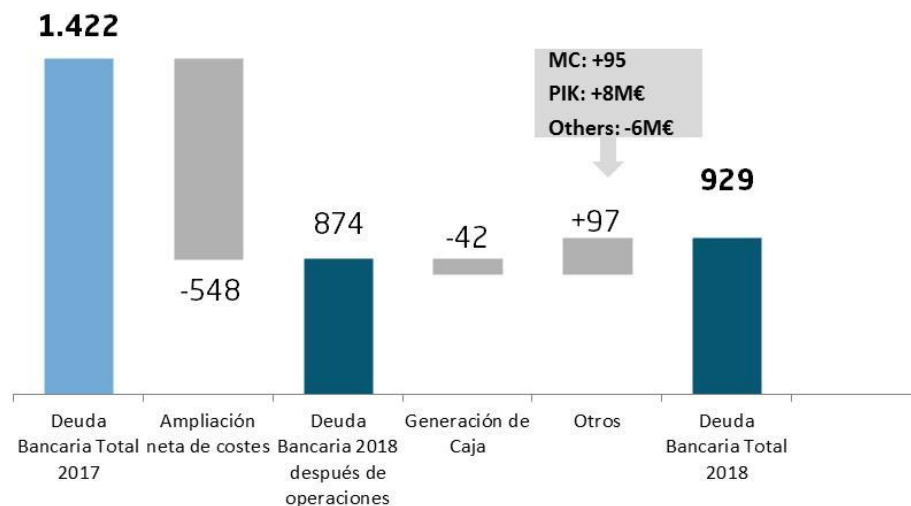
Millones de €	Dic. 2018	Dic. 2017	Var. 18/17	
			Abs.	Rel.
<b>- Deudas con entidades de crédito</b>	<b>1.225,8</b>	<b>1.644,9</b>	<b>-419,1</b>	<b>-25,5%</b>
- Deudas con entidades de crédito o largo plazo	1.149,7	642,2	507,4	79,0%
- Deudas con entidades de crédito o corto plazo	76,1	1.002,6	-926,5	-92,4%
<b>Inversiones financieras corrientes</b>	<b>-24,9</b>	<b>-23,3</b>	<b>-1,6</b>	<b>-6,8%</b>
<b>Efectivo y otros medios líquidos equivalentes</b>	<b>-295,1</b>	<b>-217,2</b>	<b>-77,9</b>	<b>-35,9%</b>
<b>Fair value/Costos de formalización</b>	<b>22,9</b>	<b>17,3</b>	<b>5,6</b>	<b>32,5%</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>928,6</b>	<b>1.421,6</b>	<b>-493,0</b>	<b>-34,7%</b>

#### DEUDA BANCARIA TOTAL POR UU.NN

Millones de €	Dic. 2018	Dic. 2017	Var. 18/17	
			Abs.	Rel.
<b>Prisa Holding+ Prisa Gestión Financiera+PAE+Otros</b>	<b>896,0</b>	<b>1.420,0</b>	<b>-524,0</b>	<b>-36,9%</b>
- Deudas con entidades de crédito	1.123,4	1.596,4	-472,9	-29,6%
Tramo 2	956,5	956,5	0,0	0,0%
Tramo 3	161,1	181,5	-20,4	-11,2%
PPL	0,0	450,9	-450,9	-100,0%
Otros	5,8	7,5	-1,6	-21,8%
- Caja, IFT y deuda intragrupo	-227,5	-176,4	-51,0	-28,9%
Caja cash pooling	-203,7	-160,1	-43,6	-27,2%
Caja otros	-0,6	-1,7	1,1	66,7%
IFT	-16,3	-15,4	-0,9	-6,1%
Barrido intergrupo	-0,1	10,3	-10,4	---
Préstamos intergrupo	-6,8	-9,6	2,7	28,6%
<b>Santillana</b>	<b>-46,7</b>	<b>-9,3</b>	<b>-37,4</b>	<b>-401,1%</b>
<b>Radio</b>	<b>-28,5</b>	<b>6,5</b>	<b>-35,0</b>	<b>---</b>
<b>Prisa Noticias</b>	<b>23,4</b>	<b>6,9</b>	<b>16,5</b>	<b>238,1%</b>
<b>Media Capital</b>	<b>84,4</b>	<b>-2,5</b>	<b>87,0</b>	<b>---</b>
<b>DEUDA BANCARIA TOTAL</b>	<b>928,6</b>	<b>1.421,6</b>	<b>-492,9</b>	<b>-34,7%</b>

Las cifras de diciembre de 2017 no incluían Media Capital. Su deuda neta a Dic. 2017 era de 95 Millones de euros.

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





## OUTLOOK 2019

### OUTLOOK 2019

#### Educación

- Evolución positiva impulsada por la evolución en España y Brasil soportada por:
  - Novedades en España.
  - Año de ciclo medio de compras publicas en Brasil y reposiciones de PNLD F1 2018.
- Primer semestre por debajo de 2018 por la estacionalidad del negocio en España, la estacionalidad de las ventas publicas en Brasil y Mexico y el efecto de la hiperinflación en argentina, con un segundo semestre mas sólido soportado por España y Brasil.

#### Radio

- Crecimiento de la publicidad en España, Colombia y Chile por encima de mercado apalancándose en las audiencias y en la oferta de producto, a pesar de la contribución positiva en 2018 de los eventos extraordinarios ligados al mundial y a elecciones.
- Mejora operativa en España y LatAm.

#### Prensa

- Crecimiento digital apalancándose en el crecimiento de mercado y en el lanzamiento de la plataforma de publicidad programática.
- Transición hacia una estructura de costes variables (acuerdos de impresión, distribución y tecnología).
- Mejora operativa apalancándose en la implementación de las medidas de eficiencia y en el crecimiento digital.

#### Media Capital

- Crecimiento de publicidad en línea con mercado.
- Mercado altamente competitivo impactando en los costes de programación con ahorros previstos en los costes de retransmisión.
- Mantenimiento de su performance en generación de caja operativa y reducción de deuda.

#### Evolución de tipos de cambio

- Impacto negativo esperado (inferior al 2018) principalmente en Brasil y Argentina.

#### Generación de caja recurrente

- Generación de caja recurrente en línea con 2018 o superior, mejorando a lo largo de los trimestres debido a la estacionalidad del negocio, llegando a ser negativa en el primer semestre.
- Pago a 3i (no recurrente) por importe de 36,5 millones de euros estimado en febrero de 2019.





## ANEXO

1. Balance	26
2. Otros hechos significativos	27
3. Desglose de Ingresos y EBITDA ajustados por U.N y extraordinarios	29
4. Conciliación entre EBITDA reportado, EBITDA ajustado y EBIT ajustado	31
5. Evolución del tipo de cambio	32



## BALANCE

Millones de euros	ACTIVO	
	31/12/2018	31/12/2017
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>813,27</b>	<b>1.112,16</b>
Inmovilizado material	87,69	97,82
Fondo de comercio	408,85	498,12
Inmovilizado inmaterial	111,24	115,47
Inversiones financieras no corrientes	24,61	25,57
Sociedades puestas en equivalencia	43,08	37,25
Activos por impuestos diferidos	135,36	335,23
Otros activos no corrientes	2,44	2,71
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>847,45</b>	<b>810,38</b>
Existencias	150,35	151,34
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	370,09	418,20
Inversiones financieras corrientes	24,94	23,34
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	295,09	217,50
Activos mantenidos para la venta	6,99	0,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.660,72</b>	<b>1.922,54</b>
Millones de euros	PASIVO	
	31/12/2018	31/12/2017
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>-235,81</b>	<b>-484,87</b>
Capital suscrito	524,90	83,50
Reservas	-566,01	-544,85
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	-269,35	-102,57
Socios Externos	74,65	79,05
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>1.325,37</b>	<b>929,74</b>
Deudas con entidades de crédito	1.149,66	703,48
Otros pasivos financieros no corrientes	125,70	120,15
Pasivos por impuestos diferidos	18,61	23,47
Provisiones	28,57	44,81
Otros pasivos no corrientes	2,83	37,83
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>571,16</b>	<b>1.477,66</b>
Deudas con entidades de crédito	76,12	1.036,96
Otros pasivos financieros corrientes	58,64	22,65
Acreedores comerciales	270,98	277,17
Otras deudas corrientes	130,36	115,43
Ajustes por periodificación	32,13	25,45
Pasivos mantenidos para la venta	2,92	0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.660,72</b>	<b>1.922,53</b>



## OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

### COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION

Con fecha 22 de Marzo de 2018, El Consejo de Administración, con el informe favorable del Comité de Nombramientos y Retribuciones, ha acordado el nombramiento por cooptación de la sociedad Amber Capital UK LLP como nuevo miembro del Consejo de Administración, con la categoría de consejero dominical. D. Fernando Martínez Albacete será el representante persona física de Amber Capital UK LLP en el Consejo de Administración de la Sociedad. Asimismo, el Consejo ha tomado conocimiento de la dimisión presentada por don Javier Gómez- Navarro como miembro del Comité de Auditoría, cuya composición ha quedado, en consecuencia, como sigue: Presidente: D. Dominique D'Hinnin Vocales: Dña. Sonia Dulá D. Waleed Alsa'di

Con fecha 25 de abril de 2018, como consecuencia de la aprobación del nuevo texto refundido de los Estatutos Sociales por parte de la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada y de la entrada en vigor del nuevo texto refundido del Reglamento del Consejo de Administración, el Consejo, a propuesta o previo informe favorable de los Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Gobierno Corporativo, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, ha acordado lo siguiente: i. Nombrar Consejero Coordinador al consejero independiente y vicepresidente no ejecutivo del Consejo de Administración, D. Javier Monzón de Cáceres. ii. Modificar la composición de la Comisión Delegada, que quedará como sigue: Presidente: D. Manuel Polanco Moreno. Vocales: D. Manuel Mirat Santiago. D. Joseph Oughourlian. D. Javier Monzón de Cáceres. Dña Sonia Dulá. iii. Cambiar la denominación del actual Comité de Auditoría que pasará a denominarse Comisión de Auditoría y Cumplimiento y cuya composición seguirá siendo la misma, esto es: Presidente: D. Dominique D'Hinnin. Vocales: D. Waleed Alsa'di. Dña Sonia Dulá. iv. Constituir una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo (en sustitución de los actuales Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Gobierno Corporativo) y nombrar como miembros de la Comisión a los siguientes consejeros: Presidente: D. Javier Monzón de Cáceres. Vocales: D. Joseph Oughourlian. D. Javier Gómez Navarro- Navarrete. D. Dominique D'Hinnin. D. Roberto Alcántara. El Secretario de las Comisiones será D. Xavier Pujol Tobeña, Secretario del Consejo de Administración.

Con fecha 18 de Diciembre de 2018, el Consejo de Administración, ha adoptado los acuerdos siguientes a propuesta e informe, según proceda, de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo: Ha aceptado la dimisión como Presidente no Ejecutivo del Consejo de Administración presentada por don Manuel Polanco Moreno, con efectos 1 de enero de 2019. El Sr. Polanco permanecerá como consejero de la Sociedad. Ha nombrado, a propuesta del sr. Polanco en la reunión de la citada Comisión, a don Javier Monzón de Cáceres, consejero independiente y Vicepresidente, como Presidente no Ejecutivo del Consejo de Administración de PRISA, con efectos desde el 1 de enero de 2019. El Consejo de Administración ha expresado el reconocimiento a don Manuel Polanco por su contribución y dedicación a PRISA en el ejercicio del cargo y ha acordado proponer su nombramiento como Presidente no Ejecutivo de los Consejos de Administración de las sociedades controladas por PRISA, Diario El País, S.L., Grupo Santillana Educación Global, S.L. y Prisa Radio, S.A. Madrid, a 18 de diciembre de 2

### CONVOCATORIAS Y ACUERDOS DE JUNTAS Y ASAMBLEAS GENERALES

Con fecha 22 de marzo de 2018 el Consejo de Administración de PRISA ha acordado convocar la Junta General Ordinaria de Accionistas para su celebración en Madrid, el día 25 de abril de 2018, a las 12:30 horas, en Centro Centro (Palacio de Cibeles), Plaza de Cibeles, 1, 28014 Madrid, en primera convocatoria, o de no alcanzarse el quorum necesario, en el mismo lugar y hora el día 26 de abril de 2018, en segunda convocatoria.

### TRANSMISIONES Y ADQUISICIONES DE PARTICIPACIONES SOCIETARIAS

Con fecha 18 de Junio de 2018, la Sociedad comunica la terminación del contrato de compraventa suscrito entre Prisa y la filial de Altice NV, MEO – Serviços de Comunicação e Multimédia, S.A. ("MEO"), relativo a la transmisión de la totalidad de la participación que Prisa tiene en Grupo Media Capital SGPS, S.A. De conformidad con lo previsto en el referido contrato, dicha terminación se produce como consecuencia de no haberse cumplido en la fecha límite acordada por las partes la última de las condiciones suspensivas que se encontraba pendiente de cumplimiento, relativa a la obtención por MEO de la preceptiva autorización de la operación por la Autoridad de Competencia portuguesa.



## OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

### PRÉSTAMOS, CREDITOS Y AVALES

**Con fecha 29 de junio de 2018**, la Sociedad comunica que ha concluido la ejecución de los acuerdos alcanzados con la totalidad de sus acreedores, lo que conlleva la entrada en vigor de la refinanciación y modificación de los términos de su deuda.

Los términos principales de dichos acuerdos son los que fueron comunicados el 16 de enero de 2018 mediante el Hecho Relevante referido anteriormente con motivo de la firma del acuerdo marco o Lock-Up Agreement.

### CALIFICACIONES CREDITICIAS

**Con fecha 28 de septiembre**, la compañía comunica que las agencias de calificación crediticia Fitch y Standard & Poor's han asignado a la Sociedad una calificación de "B" y "B-", respectivamente, en ambos casos con perspectiva estable.

### AUMENTOS Y REDUCCIONES DE CAPITAL

**Con fecha 16 de octubre**, en relación con los warrants emitidos en virtud de los acuerdos de la Junta General de Accionistas de la Sociedad celebrada el 10 de diciembre de 2013 publicados en dicha fecha mediante Hecho Relevante con número de registro 196639, la Sociedad comunica que ha formalizado en escritura pública la ejecución de la ampliación de capital correspondiente a los warrants ejercitados por determinados Inversores Institucionales durante el pasado mes de septiembre. Esta escritura pública ha sido inscrita con fecha 9 de octubre de 2018 en el Registro Mercantil de Madrid. El número total de warrants que se han ejercitado ha sido de 2.683.063 dando lugar a la suscripción de 140.524 acciones ordinarias de la Sociedad de nueva emisión. La Sociedad solicitará la admisión a cotización de dichas acciones en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo). Tras esta ampliación de capital, el capital social de Prisa se fija en 524.818.944,44 euros, representado por 558.318.026 acciones ordinarias todas ellas pertenecientes a la misma clase y serie, de 0,94 euros de valor nominal cada una, íntegramente desembolsadas y con idénticos derechos.

**Con fecha 17 de Enero de 2019** y en relación con los warrants emitidos en virtud de los acuerdos de la Junta General de Accionistas de la Sociedad celebrada el 10 de diciembre de 2013 publicados en dicha fecha mediante Hecho Relevante con número de registro 196639 (los "Warrants Prisa 2013"), la Sociedad comunica que ha formalizado en escritura pública la ejecución de la ampliación de capital correspondiente a los Warrants Prisa 2013 ejercitados por determinados Inversores Institucionales durante el pasado mes de diciembre

Esta escritura pública ha sido inscrita con fecha 15 de enero de 2019 en el Registro Mercantil de Madrid. El número total de warrants que se han ejercitado ha sido de 1.696.832 dando lugar a la suscripción de 88.870 acciones ordinarias de la Sociedad de nueva emisión. La Sociedad solicitará la admisión a cotización de dichas acciones en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo). Tras esta ampliación de capital, el capital social de Prisa se fija en 524.902.482,24 euros, representado por 558.406.896 acciones ordinarias todas ellas pertenecientes a la misma clase y serie, de 0,94 euros de valor nominal cada una, íntegramente desembolsadas y con idénticos derechos.

Tras el ejercicio de los Warrants Prisa 2013 referidos anteriormente durante el pasado mes de diciembre, la Sociedad recuerda que ha finalizado el periodo de ejercicio de los Warrants Prisa 2013 y que todos los Warrants Prisa 2013 que no hubieran sido ejercitados han quedado extinguidos.



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

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Ingresos de Explotación Ajustados</b>						
<b>GRUPO</b>	<b>1.280,5</b>	<b>1.320,0</b>	<b>(3,0)</b>	<b>323,9</b>	<b>325,2</b>	<b>(0,4)</b>
Educación	600,2	645,1	(7,0)	126,6	131,6	(3,8)
Radio	288,1	280,7	2,6	82,0	77,8	5,3
Prensa	203,2	220,6	(7,9)	58,3	63,2	(7,8)
Media Capital	181,8	165,5	9,9	55,8	50,2	11,3
Otros	7,2	8,2	(12,2)	1,3	2,4	(45,7)
<b>EBITDA Ajustado</b>						
<b>GRUPO</b>	<b>276,3</b>	<b>270,4</b>	<b>2,2</b>	<b>64,9</b>	<b>59,0</b>	<b>9,9</b>
Educación	168,7	184,6	(8,6)	17,8	19,6	(8,8)
Radio	61,8	46,6	32,7	23,4	18,1	29,2
Prensa	13,7	12,5	9,5	10,4	8,0	30,1
Media Capital	41,5	41,7	(0,7)	16,3	18,0	(9,0)
Otros	(9,3)	(14,9)	38,0	(3,0)	(4,5)	33,1

## IMPACTOS EXTRAORDINARIOS Y CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN EN INGRESOS Y GASTOS

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>Efectos Extraordinarios</b>						
<b>Efectos extraordinarios en Ingresos</b>	<b>(0,2)</b>	<b>15,8</b>	<b>---</b>	<b>7,2</b>	<b>2,0</b>	<b>---</b>
Santillana USA	7,1	11,1	(35,9)	(0,3)	2,0	---
Actas Fiscales		4,6	(100,0)	0,0	0,0	---
Argentina Hyperinflation	(7,3)		---	7,5	0,0	---
<b>Efectos extraordinarios en Gastos</b>	<b>(23,2)</b>	<b>(38,0)</b>	<b>39,0</b>	<b>(9,0)</b>	<b>(14,2)</b>	<b>37,0</b>
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(26,7)	(29,4)	9,1	(3,9)	(12,2)	68,1
Santillana USA		(8,6)	100,0	0,0	(2,0)	100,0
Argentina Hyperinflation	3,6		---	(5,1)	0,0	---
<b>Efectos extraordinarios en Amort. y Provisiones</b>	<b>(79,3)</b>	<b>(100,0)</b>	<b>20,7</b>	<b>(79,9)</b>	<b>(26,2)</b>	<b>---</b>
Fondo de Comercio	(79,0)	(86,8)	9,0	(79,0)	(13,2)	---
Santillana USA	0,0	(2,0)	100,0	0,0	(1,7)	100,0
Otros deterioros	0,0	(11,2)	100,0	0,0	(11,2)	100,0
Argentina Hyperinflation	(0,3)		---	(0,9)	0,0	---

a) **Venta Santillana USA:** Recoge en 2018 la plusvalía registrada por la venta del negocio de Santillana USA y en 2017 los resultados del negocio.

b) **Hiperinflación Argentina:** Recoge el impacto derivado del registro de la situación hiperinflacionista en Argentina.

c) **Indemnizaciones y otros no recurrentes:** En 2018 se han registrado 26,7 millones de euros frente a 29,4 millones de euros en 2017.

d) **Fondo de comercio:** En 2018 incluye principalmente el deterioro de fondo de comercio realizado en MCP por importe de 76 millones de euros. Tras la creciente volatilidad experimentada en Europa por la inestabilidad geopolítica (Brexit, Italia, etc.) y tras la volatilidad que ha sufrido la industria de televisión en abierto en Europa, especialmente durante el 2S de 2018, se ha modificado la tasa de descuento y la tasa de crecimiento a largo plazo para el negocio de televisión en abierto, lo que ha supuesto un deterioro de 76 millones de euros. En 2017 registra principalmente la reclasificación del resultado operaciones en discontinuidad de Media Capital a Fondo de Comercio al haberse continuado con la actividad en 2018.



## EFFECTOS EXTRAORDINARIOS DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de €	2018	2017	Var. %
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>EBIT</b>	<b>85,3</b>	<b>52,6</b>	<b>62,1</b>
Santillana USA	(7,1)	(0,5)	---
Actas Fiscales	0,0	(4,6)	100,0
Indemnizaciones y otros no recurrentes	26,7	29,4	(9,1)
Argentina Hyperinflation	4,1	0,0	---
Fondo de Comercio	79,0	86,8	(9,0)
Otros deterioros	0,0	11,2	(100,0)
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>188,0</b>	<b>174,9</b>	<b>7,5</b>
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(85,6)</b>	<b>(69,2)</b>	<b>(23,8)</b>
Deterioros	0,9	10,9	(91,8)
DLJdividendo (FX)	6,3	(16,4)	---
Amortización Gastos Refinanciación anterior	17,3		---
<b>Resultado Financiero Ajustado</b>	<b>(61,2)</b>	<b>(74,7)</b>	<b>18,1</b>
<b>Resultado puesta en equivalencia</b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>	<b>4,7</b>
Deterioros		1,2	(100,0)
<b>Resultado puesta en equivalencia ajustado</b>	<b>3,8</b>	<b>4,8</b>	<b>(20,5)</b>
<b>Impuesto sobre sociedades</b>	<b>240,2</b>	<b>61,6</b>	<b>---</b>
Deterioro Fiscal	(201,8)	(25,0)	---
Impacto deterioros en Impuesto de sociedades	14,2	10,4	36,2
<b>Impuesto sobre sociedades ajustado</b>	<b>52,6</b>	<b>47,0</b>	<b>11,9</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>32,8</b>	<b>27,2</b>	<b>20,6</b>
Deterioros	0,2	0,9	(81,0)
<b>Resultado atribuido a socios externos Ajustado</b>	<b>33,0</b>	<b>28,1</b>	<b>17,2</b>

Millones de €	2018	2017	Var. %
<b>Efectos Extraordinarios</b>			
<b>Resultado Neto Ajustado</b>	<b>45,2</b>	<b>29,0</b>	<b>55,9</b>
Ajustes operativos	(102,7)	(122,3)	16,0
<i>Fondo de Comercio</i>	<i>(79,0)</i>	<i>(86,8)</i>	<i>9,0</i>
<i>Otros ajustes operativos</i>	<i>(23,7)</i>	<i>(35,5)</i>	<i>33,2</i>
Ajustes Financieros	(24,4)	5,5	---
Ajustes al Impuesto de Sociedades	(187,4)	(14,8)	---
<b>Resultado Neto</b>	<b>(269,3)</b>	<b>(102,6)</b>	<b>(162,6)</b>



## CONCILIACIÓN ENTRE EBITDA REPORTADO, EBITDA AJUSTADO Y EBIT AJUSTADO

Millones de €	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
<b>GRUPO</b>						
<b>EBITDA</b>	<b>253,0</b>	<b>248,2</b>	<b>1,9</b>	<b>63,1</b>	<b>46,8</b>	<b>34,9</b>
Efectos extraordinarios	23,4	22,2	5,1	1,8	12,2	(85,6)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>276,3</b>	<b>270,4</b>	<b>2,2</b>	<b>64,9</b>	<b>59,0</b>	<b>9,9</b>
Amortizaciones	65,5	77,6	(15,6)	17,3	19,8	(12,5)
Provisiones	20,7	18,1	14,0	(1,7)	(3,5)	51,5
Pérdidas de inmovilizado	2,2	(0,2)	---	1,0	(2,0)	---
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>188,0</b>	<b>174,9</b>	<b>7,5</b>	<b>48,2</b>	<b>44,7</b>	<b>7,9</b>
<b>EDUCACIÓN</b>						
<b>EBITDA</b>	<b>167,3</b>	<b>179,3</b>	<b>(6,7)</b>	<b>18,7</b>	<b>15,4</b>	<b>21,0</b>
Efectos extraordinarios	1,4	5,2	(73,1)	(0,8)	4,1	---
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>168,7</b>	<b>184,6</b>	<b>(8,6)</b>	<b>17,8</b>	<b>19,6</b>	<b>(8,8)</b>
Amortizaciones	45,6	53,0	(13,9)	12,3	13,4	(8,5)
Provisiones	15,8	14,1	12,1	(3,8)	(4,8)	20,2
Pérdidas de inmovilizado	1,5	0,0	---	0,4	(0,8)	---
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>105,7</b>	<b>117,5</b>	<b>(10,0)</b>	<b>9,1</b>	<b>11,8</b>	<b>(23,0)</b>
<b>RADIO</b>						
<b>EBITDA</b>	<b>52,9</b>	<b>41,4</b>	<b>27,9</b>	<b>20,9</b>	<b>17,2</b>	<b>21,4</b>
Efectos extraordinarios	8,9	5,2	70,9	2,4	0,9	185,3
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>61,8</b>	<b>46,6</b>	<b>32,7</b>	<b>23,4</b>	<b>18,1</b>	<b>29,2</b>
Amortizaciones	8,2	8,2	(1,0)	2,1	2,3	(7,1)
Provisiones	1,4	2,4	(40,2)	0,1	1,0	(91,0)
Pérdidas de inmovilizado	0,2	(0,2)	---	0,2	(1,3)	---
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>52,1</b>	<b>36,2</b>	<b>44,0</b>	<b>20,9</b>	<b>16,0</b>	<b>30,5</b>
<b>PRENSA</b>						
<b>EBITDA</b>	<b>7,3</b>	<b>4,0</b>	<b>84,8</b>	<b>9,2</b>	<b>2,0</b>	<b>---</b>
Efectos extraordinarios	6,3	8,5	(25,5)	1,2	5,9	(79,7)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>13,7</b>	<b>12,5</b>	<b>9,5</b>	<b>10,4</b>	<b>8,0</b>	<b>30,1</b>
Amortizaciones	4,3	7,5	(42,7)	1,1	1,8	(39,6)
Provisiones	1,6	1,1	42,5	0,5	0,2	---
Pérdidas de inmovilizado	0,4	0,0	---	0,4	(0,0)	---
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>7,4</b>	<b>3,9</b>	<b>89,4</b>	<b>8,3</b>	<b>6,0</b>	<b>38,9</b>
<b>MEDIA CAPITAL</b>						
<b>EBITDA</b>	<b>40,7</b>	<b>40,7</b>	<b>0,1</b>	<b>16,2</b>	<b>17,8</b>	<b>(9,3)</b>
Efectos extraordinarios	0,7	1,1	(29,8)	0,2	0,1	34,8
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>41,5</b>	<b>41,7</b>	<b>(0,7)</b>	<b>16,3</b>	<b>18,0</b>	<b>(9,0)</b>
Amortizaciones	6,6	7,9	(16,1)	1,7	2,1	(20,5)
Provisiones	0,5	0,2	126,7	0,4	0,1	---
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,1	(100,0)	0,0	0,1	(100,0)
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>34,4</b>	<b>33,6</b>	<b>2,3</b>	<b>14,3</b>	<b>15,7</b>	<b>(9,2)</b>
<b>OTROS</b>						
<b>EBITDA</b>	<b>(15,2)</b>	<b>(17,1)</b>	<b>11,1</b>	<b>(1,8)</b>	<b>(5,7)</b>	<b>68,3</b>
Efectos extraordinarios	6,0	2,2	168,3	(1,2)	1,2	---
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>(9,3)</b>	<b>(14,9)</b>	<b>38,0</b>	<b>(3,0)</b>	<b>(4,5)</b>	<b>33,1</b>
Amortizaciones	0,8	0,9	(18,9)	0,2	0,2	(12,1)
Provisiones	1,4	0,3	---	1,1	0,1	---
Pérdidas de inmovilizado	0,1	0,0	---	0,0	0,0	(19,4)
<b>Resultado de Explotación</b>	<b>(11,5)</b>	<b>(16,2)</b>	<b>29,0</b>	<b>(4,3)</b>	<b>(4,8)</b>	<b>9,7</b>

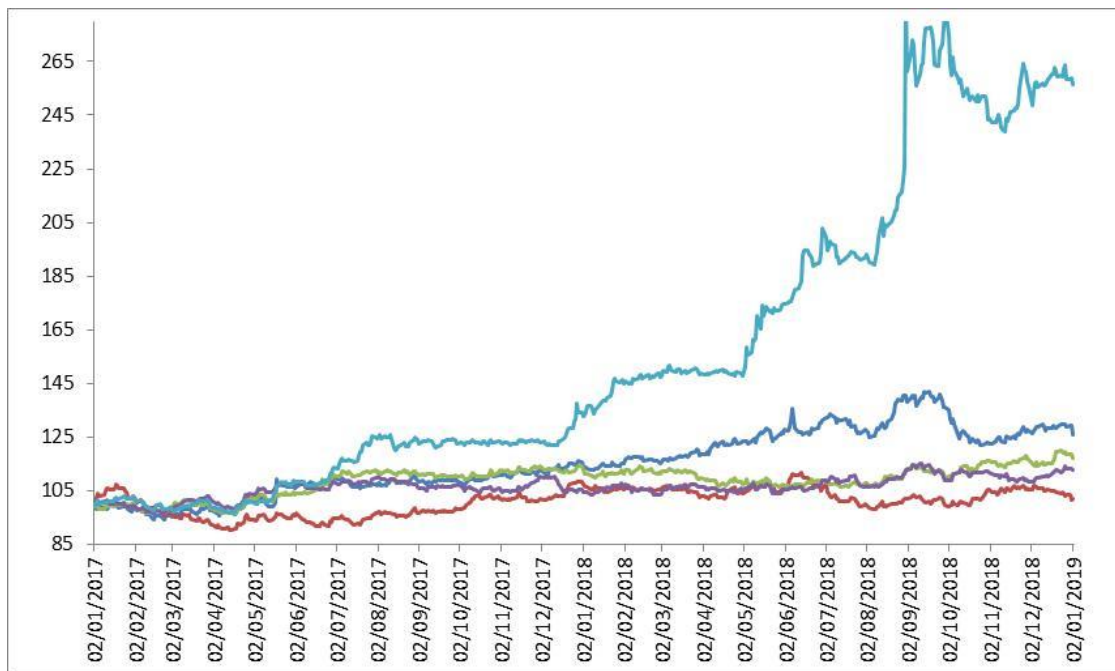


## EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

### Evolución tipo de cambio vs Euro 2017/2018

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se ven afectados significativamente por la evolución del tipo de cambio en la región, principalmente en Brasil, Argentina y México.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido negativo en 2018. El impacto negativo ha sido de -81 millones de euros en ingresos y de -19,6 millones de euros en EBITDA.



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2017	3,35	21,63	3.111,93	698,44	16,69
2Q2017	3,55	20,42	3.221,61	731,47	17,33
3Q2017	3,71	20,93	3.493,58	754,35	20,31
4Q2017	3,83	22,36	3.517,41	745,69	20,67
1Q2018	3,99	23,01	3.509,07	740,26	24,20
2Q2018	4,30	23,13	3.386,10	740,94	27,91
3Q2018	4,59	22,04	3.442,46	771,05	37,15
4Q2018	4,35	22,63	3.615,20	776,16	42,36

Fuente: Bloomberg

### SITUACION ARGENTINA

Desde el tercer trimestre del ejercicio 2018, la economía de Argentina se considera hiperinflacionaria, siendo la principal razón, entre otras, que desde el 1 de julio de 2018 la inflación acumulada de los tres últimos años en dicho país supera el 100%. Ello ha llevado a:

- Actualizar todos los activos y pasivos no monetarios y la cuenta de resultados con la inflación.
- Registrar las cuentas a tipo de cambio spot EUR/ARG de 31 de diciembre de 2018 que fue 43,17.

El impacto de la hiperinflación en Argentina en las cuentas reportadas del Grupo ha sido negativo de -7 millones en ingresos y -4 millones en EBITDA.





Relación con Inversores

+34 91 330 1085

[ir@prisa.com](mailto:ir@prisa.com)

[www.prisa.com](http://www.prisa.com)