



## Resultados Trimestrales

3T 2014 - Septiembre 2014

## HECHOS DESTACADOS ENERO-SEPTIEMBRE 2014

### Resultados del Grupo

#### PRINCIPALES TITULARES

- **El EBITDA ajustado a tipo de cambio constante (215 millones de euros) se incrementa un 7,4% (aunque desacelera a +2,1 % en el tercer trimestre estanco)**
  - la publicidad en España sigue mostrando signos frágiles de recuperación, con un cambio de tendencia positiva en septiembre. En Portugal, en la publicidad se consolida la recuperación de los últimos meses.
  - en Latam continúa el crecimiento en moneda local (tanto en Santillana como en Radio) a pesar de la ralentización en el crecimiento de algunas economías (principalmente Brasil y Chile).
  - la reducción de costes y el control de las inversiones continúa en todas las áreas del grupo.
- **Enfoque en la ejecución del plan de refinanciación:**
  - 780 millones de euros de deuda cancelada hasta la fecha y acuerdo firmado con Telefónica para la venta de Canal +.
  - Alta visibilidad de alcanzar el compromiso de reducción de 1.500m con las acciones ya tomadas.

#### La publicidad en España muestra un comportamiento irregular pero con un cambio de tendencia

- En España, los ingresos publicitarios ajustados del Grupo en los 9M de 2014 descienden un -2,4%. Tras tres trimestres irregulares, septiembre muestra crecimiento.
- En la radio, La publicidad local consolida su tendencia de crecimiento (+4,4% acumulado, con crecimiento positivo en cada uno de los últimos 9 meses). Publicidad en cadena sigue sin mostrar una tendencia clara. La prensa modera su caída en los últimos tres trimestres
- En Portugal, los ingresos publicitarios de Media Capital crecen un +14,1% (+14,8% en TVI y +9,7% en MC Radio).

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

- En Latam, crecimientos sólidos en moneda local en Educación (+9,9 %) y Radio (+4,6%) excluyendo el impacto del cambio en el perímetro de consolidación. El trimestre estanco (+24,3% y -8,6% respectivamente) se vio afectado por la ralentización de la economía en varios países de la zona [y el efecto Mundial de Futbol].
- Impacto negativo por la evolución de los tipos de cambio en los 9M, que alcanza 73,4 millones de euros en los ingresos y 22,6 millones a nivel EBITDA (55,5 en ingresos y 15,4 en EBITDA en el 1S).
- 62,5% del EBITDA del Grupo procedente de Latam a tipo de cambio constante.

#### El grupo sigue transformándose

- La publicidad digital ajustada se incrementa en un 14,8%.
- En el negocio de prensa, la publicidad digital representa ya un 30% de los ingresos publicitarios (+32,1% en el 3T).
- Navegadores únicos medios a las páginas web de crecen +15%, alcanzando más de 88 millones.
- Sistemas de Educación Digitales continúan su desarrollo en Latinoamérica mejorando márgenes significativamente (aumento de 15 millones de contribución a nivel de EBITDA).

#### Sigue el esfuerzo en reducción de gastos y control del capex

- Caída en costes operativos por un total 57,7 millones de euros, (-6,1%).
- Los costes de personal ajustados se reducen en 28,1 millones de euros (total Grupo -8,9%; España, -13,5%, Portugal, -3,3%; Latam, -3,9%).
- Se ha renovado la totalidad de los acuerdos colectivos y se ha llegado a acuerdos de reducción de personal y de desindexación de remuneración en distintas áreas.
- Revisión de inversiones operativas para canalizar recursos a las áreas de crecimiento, principalmente Santillana.

#### El Grupo sigue enfocado en la ejecución del plan de refinanciación

- El Grupo sigue enfocado en la ejecución del plan de refinanciación: cancelación de 780 millones de euros mediante recompra de deuda a descuento (c.25%) con fondos procedentes de:
  - Ampliación de Capital de 100 millones de Euros a 0,53 Euros por acción.
  - Venta del 13,68% de Mediaset España.
- Acuerdo para la venta del 56% de Canal+ a Telefónica por un precio inicial de 750 millones
- La deuda bancaria neta del Grupo se sitúa en 2.599,72 millones de euros a 30 de septiembre de 2014 (2.500 millones de deuda bruta en la cabecera del Grupo), frente a 3.300,76 en diciembre de 2013.

## Resultados por unidad de negocio

### Educación

- En los 9M de 2014 se han cerrado todas las campañas del Área sur mostrando en su mayoría un buen comportamiento en moneda local.
- Quedan **pendientes de cierre** las campañas de **España, México** y la **institucional de Brasil**, fundamentalmente.
- **España:** A septiembre de 2014, la **campaña**, que llevaba **retraso a junio**, muestra un **buen comportamiento**, pese a las dificultades de la implantación de la nueva ley de educación, gracias al esfuerzo comercial y de control de costes. Los ingresos crecen un +3,2% y el EBITDA un +5,4%. A pesar de que la campaña está pendiente de cerrarse, se espera que termine con crecimiento respecto a 2013.
- **Brasil:** queda por registrar la **venta institucional**. Dado que el volumen de compras públicas del gobierno ha sido menor de lo esperado y los precios no han recogido el impacto total de la inflación, se prevé difícil mantener el mismo volumen de ingresos a pesar de haber mantenido cuota de mercado.
- **México:** la campaña ha tenido un comportamiento normal, **en línea con lo esperado** y no se esperan cambios significativos para finales de año.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO) continúan su desarrollo** en Latinoamérica mejorando notablemente su rentabilidad: EBITDA 9M 2014, 13,8 millones de euros, frente a un EBITDA de -1,3 millones de euros en 9M 2013.
- **Los ingresos ajustados a tipo de cambio constante crecen un +8,2%** (España, 3,1%; Brasil, 6,5%; México, 4,3%; Argentina, 41,8%; Chile, 16,5%) El tipo de cambio tiene un impacto negativo en ingresos de Santillana en los 9M de 2014 de 61,7 millones de euros; en el 1S 2014 de 58,8 millones de euros
- **El EBITDA ajustado crece un 14,1% en moneda local (-0,6% en euros)**, con un impacto FX de 20,3 millones de euros.

### Radio

- La **publicidad en España disminuye un 2%**, mostrando un peor comportamiento en los meses de **julio y agosto**, cuya caída se debe a **efectos estacionales** como el mundial de fútbol, que ha afectado negativamente sobre todo a este medio. En **septiembre** se aprecia un **cambio de tendencia**, que se espera se pueda mantener para **el resto del año**.
- **La publicidad en América Latina aumenta en moneda local en todos los países.**  
Los resultados reportados son impactados por:
  - **El tipo de cambio** tiene un impacto negativo en los ingresos de radio de 10,9 millones de euros (2,2 millones en EBITDA).
  - **El cambio en la consolidación de México y Costa Rica** que pasan de consolidarse por integración proporcional a hacerlo por puesta en equivalencia por un cambio en la normativa contable internacional adoptada por la UE que impacta desde enero 2014.

Excluyendo estos impactos, los ingresos publicitarios de Radio Latam se **habrían incrementado un 5,3%**, con un peor 3T estanco en Chile (afectado por el cambio de gobierno en este país) y Colombia (esperamos recuperación a lo largo del año).
- Continúa el esfuerzo en **control de costes** (-4,8% en términos ajustados), principalmente en costes de personal en España (-8,4% ajustado en el periodo).
- **EL EBITDA ajustado** de la Radio alcanzó en el 3T acumulado los 37 millones de euros (+13,5% respecto a 9M de 2013, y +20,3% ajustado por FX); en **España** el EBITDA ajustado mejora en 6,4 millones de euros.

### Prensa

- **Los ingresos publicitarios** se reducen en -3,8%, (El País -8,1% y AS +14,8%)
- **En términos ajustados, la publicidad tradicional** se reduce en un -15,2%, compensada en parte por el buen comportamiento de los ingresos **de publicidad digital** que se incrementan en un 19,3% (representan ya un 30% del total de ingresos publicitarios de la división) y por los ingresos de nuevos negocios (eventos), que crecen un 30%.
- Destaca la fortaleza de As donde los ingresos de publicidad digital crecen un 27,4% y representan más del 50% del total publicidad.
- **Los ingresos de circulación** se reducen el -16,7%.
- **Fuerte crecimiento de otros ingresos (+16,2%)**, principalmente promociones. En los 9M se han generado ingresos por deducciones fiscales, que no se han imputado a ingresos versus 4,7 millones imputados en los 9M de 2013.
- Fuerte control de costes en todas las partidas (-2,8% en términos ajustados y -9,5% en costes de personal).
- **El EBITDA ajustado** de prensa asciende a 5,3 millones de euros (-58,3% comparado con los 9M de 2013, o -33,4% si se ajustan las deducciones fiscales registradas en 2013, pero no activadas en 2014).

### Media Capital

- **Los ingresos publicitarios** se incrementan en un +14,1% en cifras acumuladas en los 9M de 2014 (1T, +5,3%; 2T, +26,4%; 3T, +8,7%). Muy buen comportamiento, tanto en la televisión (+14,8%) en los 9M de 2014, como en la radio (+9,7%). Es importante resaltar que la recuperación de la publicidad en Portugal empezó en el 2S del 2013.
- **Descenso de otros ingresos**, en los 9M de 2014 (-19,3%), fundamentalmente por la caída de las llamadas de valor añadido.

- **El EBITDA ajustado** asciende a 25,4 millones de euros y crece un 5,6% debido no sólo a la estabilidad de los ingresos sino también al esfuerzo de control de costes.

## Venta de Canal +

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

- **El precio está sujeto a ajustes habituales** en este tipo de operaciones hasta el cierre de la transacción, mas un ajuste específico en función de la resolución del arbitraje con Mediapro sobre la repercusión de costes de las temporadas 2012-2015.
- La operación ya está aprobada por el panel representativo de los bancos y está únicamente sujeta a la autorización por parte de las autoridades de competencia.
- El expediente de autorización administrativa de la operación ha sido trasladado por parte de las autoridades comunitarias al órgano supervisor español, la CNMC (Comisión Nacional de los Mercado y la Competencia). Este expediente se encuentra en fase de tramitación por dicha comisión, cuyo informe no vinculante será sometido posteriormente a la aprobación del Consejo de Ministros.
- La firma del contrato de compraventa genero una **pérdida contable** en las cuentas consolidadas de PRISA de **2.064 millones** de euros y de 750 millones en las cuentas individuales. Esta pérdida en el individual genero un **desequilibrio patrimonial** que fue compensado por una **conversión automática** de parte de la deuda del holding en préstamos participativos en **una cuantía suficiente para compensar dicho desequilibrio patrimonial**. Esta conversión estaba contemplada en el acuerdo de refinanciación firmado por el Grupo en Diciembre del 2013.
  - El importe de la conversión de deuda en préstamos participativos (PPL's según la denominación contractual) fue de 507 millones de euros, y tuvo lugar el 15 de Septiembre.
- Los **resultados de esta transacción** se presentan en la cuenta de resultados consolidada en "**Resultado de operaciones en discontinuación**" y los activos y pasivos como "**Activos no corrientes mantenidos para la venta**" y "**Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenidos para la venta**".

## Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

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

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>1.068,75</b>	<b>1.150,21</b>	<b>(7,1)</b>	<b>380,75</b>	<b>409,34</b>	<b>(7,0)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>179,38</b>	<b>203,12</b>	<b>(11,7)</b>	<b>91,01</b>	<b>98,15</b>	<b>(7,3)</b>
Margen EBITDA	16,8%	17,7%		23,9%	24,0%	
<b>EBIT</b>	<b>53,43</b>	<b>82,95</b>	<b>(35,6)</b>	<b>38,87</b>	<b>46,11</b>	<b>(15,7)</b>
Margen EBIT	5,0%	7,2%		10,2%	11,3%	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>31,48</b>	<b>(114,74)</b>	<b>127,4</b>	<b>82,40</b>	<b>(41,27)</b>	<b>-</b>
Gastos por intereses de financiación	(84,99)	(92,34)	8,0	(20,22)	(35,60)	43,2
Otros resultados financieros	116,47	(22,40)	-	102,62	(5,67)	-
<b>Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones</b>	<b>37,14</b>	<b>4,34</b>	<b>-</b>	<b>41,14</b>	<b>(2,98)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>122,06</b>	<b>(27,46)</b>	<b>-</b>	<b>162,41</b>	<b>1,86</b>	<b>-</b>
Impuesto sobre sociedades	(101,52)	(2,11)		(78,12)	(3,20)	
<b>Resultado de operaciones en discontinuación</b>	<b>(2.116,13)</b>	<b>(261,03)</b>	<b>100,0</b>	<b>(11,33)</b>	<b>(27,95)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>11,24</b>	<b>95,77</b>	<b>(88,3)</b>	<b>5,81</b>	<b>6,27</b>	<b>(7,3)</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>(2.084,36)</b>	<b>(194,82)</b>	<b>-</b>	<b>78,77</b>	<b>(23,03)</b>	<b>-</b>
<b>Ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.016,96</b>	<b>1.081,91</b>	<b>(6,0)</b>	<b>381,20</b>	<b>385,88</b>	<b>(1,2)</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>192,31</b>	<b>200,11</b>	<b>(3,9)</b>	<b>95,53</b>	<b>100,63</b>	<b>(5,1)</b>
Margen EBITDA ajustado	18,9%	18,5%		25,1%	26,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>80,01</b>	<b>91,50</b>	<b>(12,6)</b>	<b>43,69</b>	<b>50,36</b>	<b>(13,2)</b>
Margen EBIT ajustado	7,9%	8,5%		11,5%	13,1%	
<b>Resultado Neto ajustado</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>				
<b>Resultados ajustados a tipo constante</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>Var. %</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>Var. %</b>
<b>Ingresos de explotación a tipo constante</b>	<b>1.090,37</b>	<b>1.081,91</b>	<b>0,8</b>	<b>399,15</b>	<b>385,88</b>	<b>3,4</b>
<b>EBITDA a tipo constante</b>	<b>214,93</b>	<b>200,11</b>	<b>7,4</b>	<b>102,77</b>	<b>100,63</b>	<b>2,1</b>
Margen EBITDA ajustado	19,7%	18,5%		25,7%	26,1%	
<b>EBIT a tipo constante</b>	<b>98,04</b>	<b>91,50</b>	<b>7,2</b>	<b>51,01</b>	<b>50,36</b>	<b>1,3</b>
Margen EBIT ajustado	9,0%	8,5%		12,8%	13,1%	

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

- Los ingresos de explotación crecen un 0,8%.
- El EBITDA ajustado crece un 7,4%.
- Continúa la mejora de márgenes

## Índice

### 1. Entorno de mercado

- a\_ Entorno económico en España y Portugal
- b\_ Evolución del mercado publicitario
- c\_ Entorno económico en Latinoamérica

### 2. Principales magnitudes operativas

- a\_ Resultados operativos del Grupo
- b\_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación
- c\_ Resultados operativos excluyendo el impacto de Canal+
- d\_ Impacto tipo de cambio
- e\_ Desglose de inversiones

### 3. Negocio de Educación

### 4. Negocio de Radio

### 5. Negocio de Prensa

### 6. Media Capital

### 7. De EBIT a Resultado Neto

- a\_ Resultado financiero
- b\_ Resultado por puesta en equivalencia
- c\_ Resultado atribuido a socios externos

### 8. Posición financiera del grupo

- a\_ Posición financiera del Grupo
- b\_ Estado de flujos de efectivo

### 9. Operaciones de venta de activos

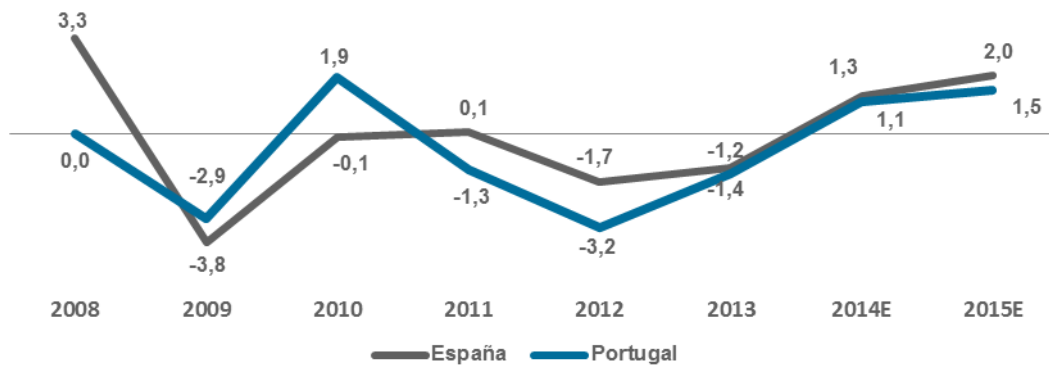
## 1\_ Entorno de mercado

### a\_ Entorno económico de España y Portugal

A pesar de la dificultad del entorno económico que España y Portugal vienen sufriendo desde los inicios de la crisis en 2007, desde el año 2013 trimestralmente se ha observado un cambio de tendencia; que se ha confirmado en el 1S y 3T acumulado de 2014, alcanzando tasas de crecimiento positivas, que se espera se mantengan durante el resto de 2014 y 2015:

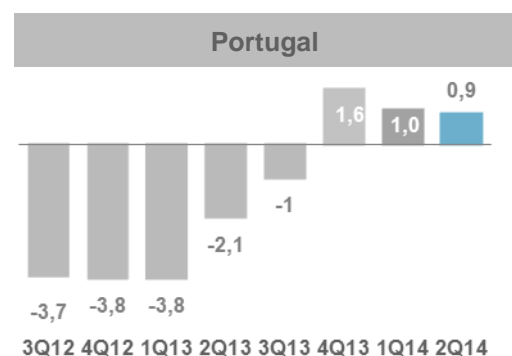
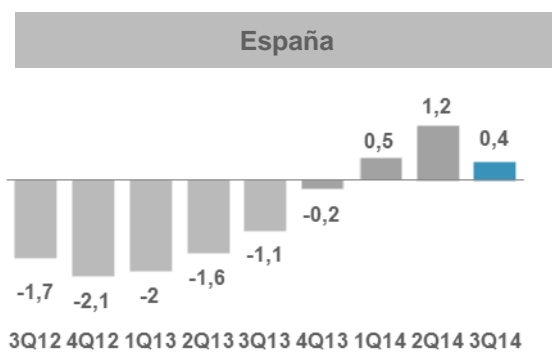
- El PIB de **España** ha retrocedido un -1,2% en 2013, si bien el comportamiento trimestral del PIB pasó de decrecer un -2% en el primer trimestre a caer sólo un -0,2% en el cuarto (según INE). En 2014, según el Banco de España, el PIB ha crecido un +0,5% en 1T, un +1,2% en el 2T y un +0,4% en el 3T.
- En cuanto a **Portugal**, en 2013 el PIB cayó un -1,4% y se observó la misma tendencia positiva trimestral aunque con mayor volatilidad. El PIB pasó de decrecer un -3,8% en el primer trimestre a crecer un +1,6% en el cuarto (según Banco de Portugal). En 2014 en el 1T el crecimiento ha sido del +1,0% y de un +0,9% en el 2T.

Crecimiento de PIB anual España y Portugal (%)



Fuente: INE, FMI, Banco de Portugal

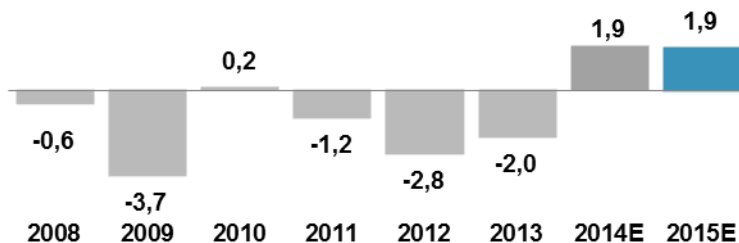
Crecimiento de PIB trimestral España y Portugal (%)



Fuente: INE, Banco de Portugal

La mejora observada en el entorno económico ha tenido su reflejo en el consumo privado. El consumo privado en España pasó de caer un -2,8% en 2012 a caer sólo un -2,0% en 2013 (según INE), tras seis años de caídas. Según los datos de consenso recopilados por la FUNCAS, la mejora observada permite prever un crecimiento del +1,9% para 2014 y un +1,9% para 2015.

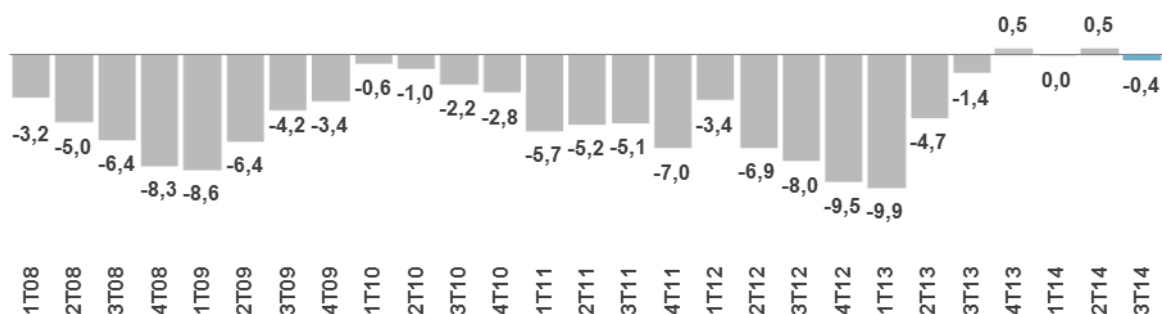
### Crecimiento anual del consumo interno en España (variación interanual %)



Fuente: INE, FUNCAS

En términos trimestrales, las ventas al por menor también ha mostrado un importante cambio de tendencia desde 2013 cuando pasó de caer un -9,9% en el 1T a crecer un +0,5% en el 4T. Durante el primer trimestre de 2014, el consumo minorista se ha mantenido plano según datos de INE, volviendo a crecer un 0.5% durante el segundo trimestre, aunque ha descendido durante el tercero, mostrando una senda de crecimiento irregular. Por tanto, durante los 9M de 2014 esta variable muestra un ligero crecimiento del 0,02% en el promedio de tasas trimestrales.

### Crecimiento trimestral ventas al por menor en España (%)



Fuente: INE

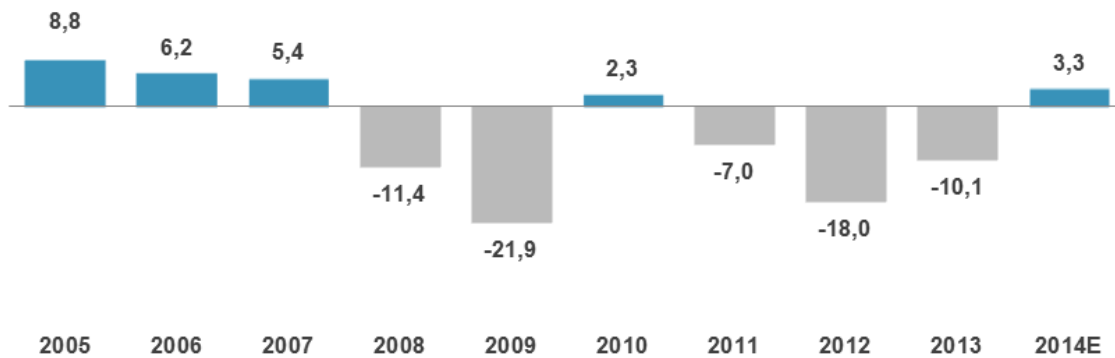
Las expectativas para 2014 son de mejora de la situación económica tanto para España como Portugal. Se esperan crecimientos de PIB del +0,9% y +1,2% respectivamente según FMI. Para 2015 se esperan crecimientos del +1,0% y +1,5% respectivamente.

### b\_ Evolución del mercado publicitario

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

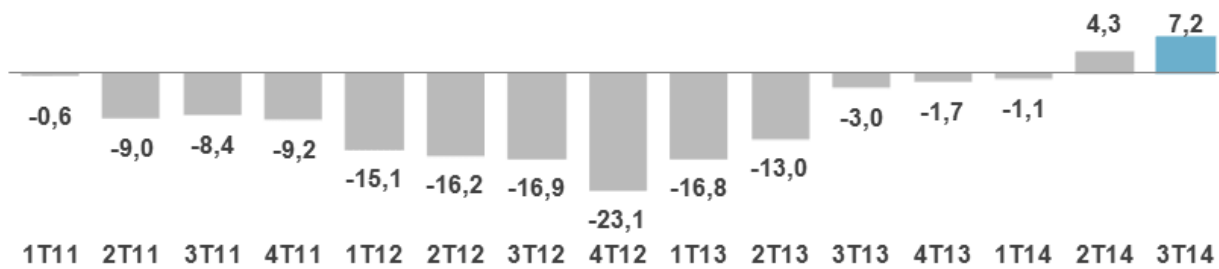
Durante 2013 se observó un cambio de tendencia en la inversión publicitaria de España en línea con el entorno económico. Según fuentes públicas (i2p) la **inversión publicitaria en España se redujo un -10,1% en 2013** comparado con una caída del -18,0% en 2012. En 2014 se espera un crecimiento del mercado publicitario total del +3,3% de mantenerse la tendencia observada durante el segundo y tercer trimestre de forma consecutiva.



**Evolución anual de la inversión publicitaria en España (%)**


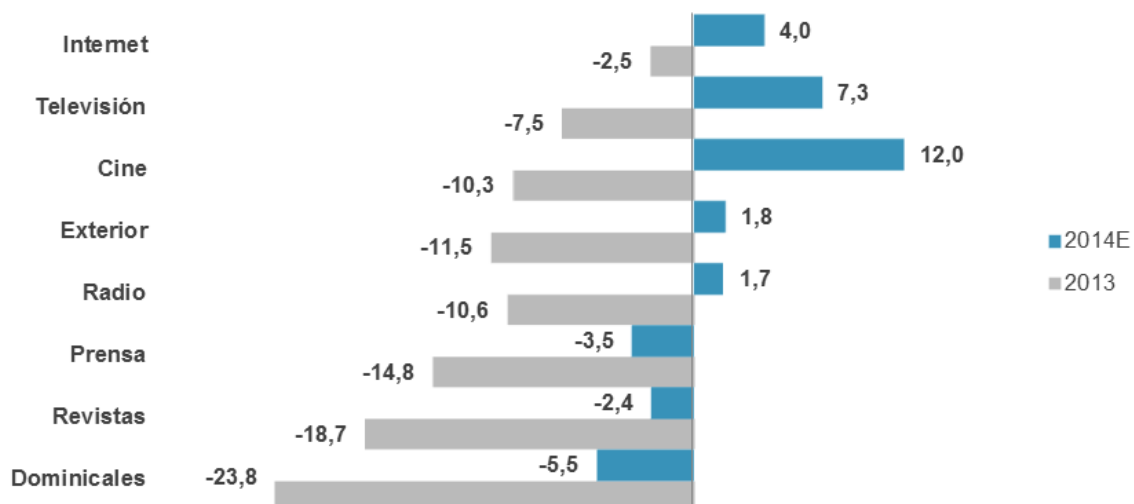
Fuente: i2p (septiembre 2014)

El comportamiento de la **publicidad en los trimestres estancos de 2013 y 2014 muestra una importante mejora**. La inversión publicitaria en España pasó en 2013 de caer un -16,8% en el primer trimestre a caer sólo un -1,7% en el último. En el 1T de 2014, la inversión publicitaria en España todavía muestra una caída del -1,1%, que se corrige con un incremento del +4,3% en el 2T de 2014. Esta tendencia queda confirmada en el 3T de 2014, dónde se alcanza un crecimiento trimestral del +7,2%.

**Evolución trimestral de la inversión publicitaria en España (%)**


Fuente: i2p (septiembre 2014)

**Las expectativas para el resto de 2014 son de continuación de la mejora**, con un crecimiento esperado (según i2P) del +3,3%, con crecimiento positivo en todos los sectores salvo en la Prensa, donde se espera se suavicen las caídas de inversión en comparación con 2013, como se ha observado en el 2T y 3T de 2014.

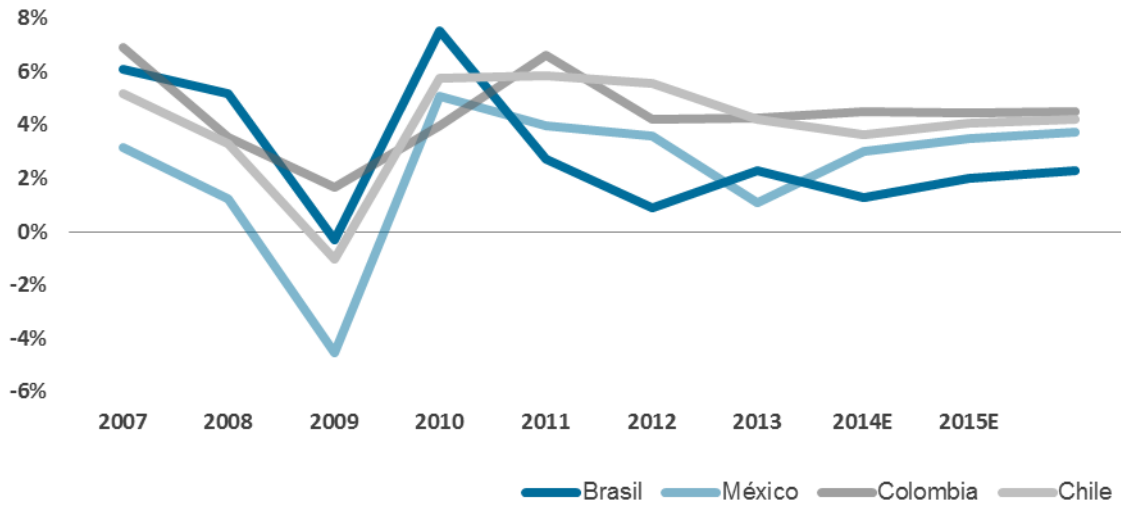
**Evolución de la inversión publicitaria en España (%)**


Fuente: i2p (septiembre 2014)

**c\_ Entorno económico de Latinoamérica**

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

**Evolución PIB Latam (%)**



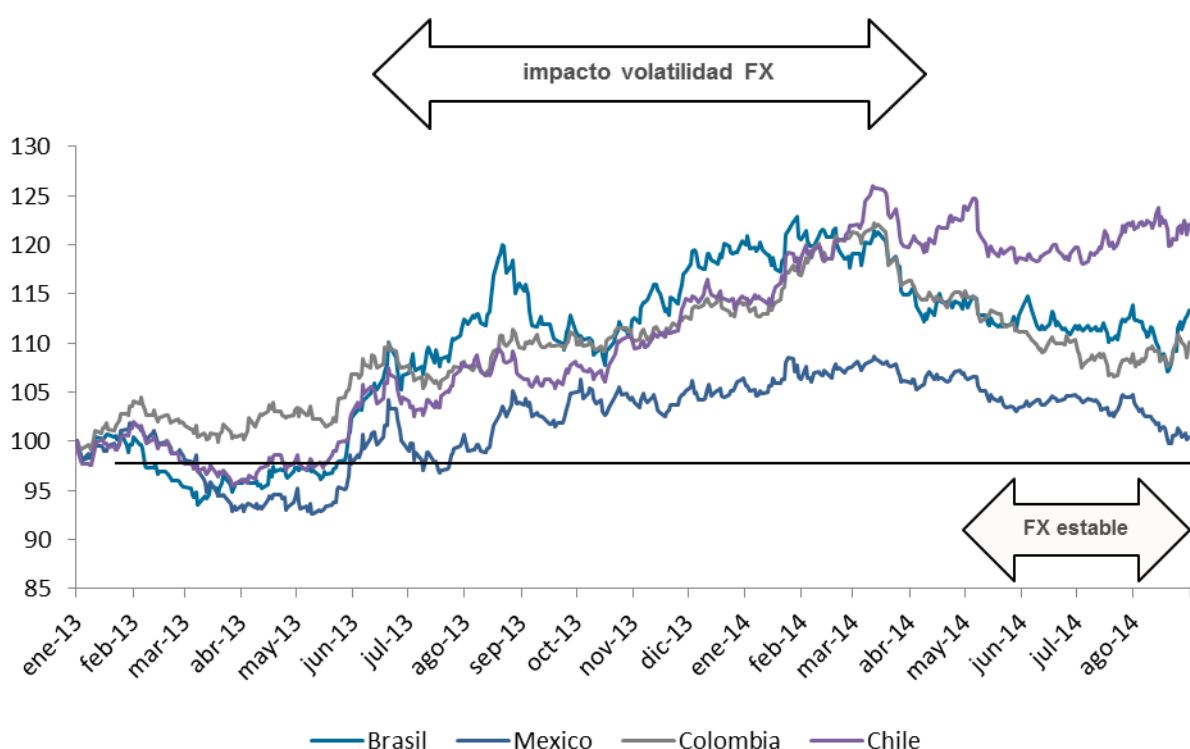
Fuente: FMI (abril 2014, corregida serie de Brasil en octubre de 2014)

A pesar de la fortaleza del entorno económico, los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto negativamente impactados por la debilidad del tipo de cambio en la región. Este impacto negativo alcanza los 74,5 millones de euros en ingresos del grupo y 22,5 millones de euros en EBITDA en el 3T acumulado de 2014. Como resultado, los ingresos recurrentes de Latinoamérica del Grupo han caído un -7,6% comparado con el crecimiento del +7,8% que se habría obtenido a tipo de cambio constante, y el EBITDA ajustado cae un -5,5% frente al incremento del +13,5% que se habría conseguido a tipo de cambio constante (excluyendo el impacto del cambio de perímetro de consolidación del Grupo).

El impacto de la volatilidad por tipo de cambio, se ha estabilizado para las principales divisas latinoamericanas, como muestran el gráfico y tabla adjuntos.

Durante el tercer trimestre de 2014, el bolívar venezolano ha supuesto un impacto en ingresos de 13,7 millones de euros (78% del impacto en el trimestre y un 27% del impacto acumulado) y de 7,6 millones de euros en EBITDA (un 108% del total de trimestre, que compensaría la evolución positiva de Brasil, y un 31% del total impacto total acumulado en 2014).

### Evolución tipo de cambio vs Euro 2013 - 2014



	Brasil	México	Colombia	Chile
T1 2013	2,64	16,69	2.365,27	623,76
T2 2013	2,70	16,30	2.433,00	633,41
T3 2013	3,03	17,11	2.526,75	671,48
T4 2013	3,10	17,73	2.604,92	703,54
T1 2014	3,24	18,13	2.747,88	756,11
T2 2014	3,06	17,83	2.624,31	760,69
T3 2014	3,01	17,38	2.531,21	764,94
1T14 / 1T13	22,8%	8,6%	16,2%	21,2%
2T14 / 2T13	13,2%	9,4%	7,9%	20,1%
3T14 / 3T13	-0,5%	1,6%	0,2%	13,9%
1S14 / 1S13	17,9%	9,0%	11,9%	20,6%

Fuente: Bloomberg

## 2\_ Principales magnitudes operativas

### a\_ Resultados operativos del Grupo

Resultados Operativos del Grupo	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Millones de euros</b>						
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>1.068,75</b>	<b>1.150,21</b>	<b>(7,1)</b>	<b>380,75</b>	<b>409,34</b>	<b>(7,0)</b>
España	476,57	493,63	(3,5)	192,79	199,50	(3,4)
Portugal	132,08	131,06	0,8	43,92	45,74	(4,0)
Latam	460,09	525,53	(12,5)	144,03	164,10	(12,2)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>889,37</b>	<b>947,10</b>	<b>(6,1)</b>	<b>289,73</b>	<b>311,19</b>	<b>(6,9)</b>
España	434,68	447,45	(2,9)	142,57	151,82	(6,1)
Portugal	105,04	106,46	(1,3)	34,27	36,08	(5,0)
Latam	349,65	393,19	(11,1)	112,89	123,29	(8,4)
<b>EBITDA</b>	<b>179,38</b>	<b>203,12</b>	<b>(11,7)</b>	<b>91,01</b>	<b>98,15</b>	<b>(7,3)</b>
<i>Margen EBITDA</i>	0,17	0,18	(5,1)	0,04	0,04	14,3
España	41,89	46,18	(9,3)	50,22	47,67	5,4
Portugal	27,05	24,60	10,0	9,65	9,66	(,0)
Latam	110,45	132,34	(16,5)	31,14	40,82	(23,7)
<b>EBIT</b>	<b>53,43</b>	<b>82,95</b>	<b>(35,6)</b>	<b>38,87</b>	<b>46,11</b>	<b>(15,7)</b>
<i>Margen EBIT</i>	5,0%	7,2%		0,03	0,02	
España	(31,28)	(16,45)	(90,1)	11,82	13,40	(11,8)
Portugal	20,60	17,08	20,6	7,35	6,97	5,4
Latam	64,11	82,32	(22,1)	19,71	25,74	(23,4)
<b>Ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.016,96</b>	<b>1.081,91</b>	<b>(6,0)</b>	<b>381,20</b>	<b>385,88</b>	<b>(1,2)</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>192,31</b>	<b>200,11</b>	<b>(3,9)</b>	<b>95,53</b>	<b>100,63</b>	<b>(5,1)</b>
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	18,9%	18,5%		25,1%	26,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>80,01</b>	<b>91,50</b>	<b>(12,6)</b>	<b>43,69</b>	<b>50,36</b>	<b>(13,2)</b>
<i>Margen EBIT ajustado</i>	7,9%	8,5%		11,5%	13,1%	

### b\_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación

Se muestran a continuación los principales impactos extraordinarios:

Efectos extraordinarios	ENERO - SEPTIEMBRE		JULIO - SEPTIEMBRE	
	2014	2013	2014	2013
<b>Millones de euros</b>				
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>51,78</b>	<b>68,31</b>	<b>-0,45</b>	<b>23,46</b>
Ajuste patrocinios publicidad	3,39	5,08	1,93	5,08
Ajuste perímetro de consolidación	(15,06)	0,00	(5,42)	0,00
Ediciones Generales	63,45	63,23	3,04	18,38
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>64,72</b>	<b>65,30</b>	<b>4,07</b>	<b>25,94</b>
Indemnizaciones	32,85	12,90	3,18	5,65
Ajuste patrocinios publicidad	3,39	5,08	1,93	5,08
Ajuste perímetro de consolidación	(9,40)	0,00	(3,30)	0,00
Complemento jubilación no recurrente	6,00	0,00	0,00	0,00
Ediciones Generales	31,87	47,33	2,26	15,20
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provisiones</b>	<b>13,64</b>	<b>11,55</b>	<b>0,30</b>	<b>1,77</b>
Fondo de comercio	6,79	0,00	0,00	0,00
Ediciones Generales	7,70	11,55	0,58	1,77
Ajuste perímetro de consolidación	(,85)	0,00	(,28)	0,00

**a) Indemnizaciones:** El gasto extraordinario por indemnizaciones, asciende a 32,85 millones de euros en el tercer trimestre acumulado de 2014, comparado con los 12,9 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

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

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

d) En junio de 2014 se ha procedido a la venta de la división de Ediciones Generales y por tanto ha salido del perímetro de consolidación. (anteriormente se encuadraba en Santillana)

### c\_ Impacto del tipo de cambio

Como se ha explicado anteriormente, el tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en los resultados operativos del Grupo. El impacto del tipo de cambio ha sido de 73,4 millones de euros a nivel de ingresos de explotación, de 22,6 millones de euros a nivel EBITDA y de 18,0 millones de euros a nivel EBIT.

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

- Los ingresos de explotación ajustados habrían crecido un +0,8 % en vez de caer un -6%
- El EBITDA ajustado ha crecido un 7,4% en vez de disminuir en euros un -3.9%

Resultados de explotación ajustados	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Millones de euros</b>						
<b>Ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.017,0</b>	<b>1.081,9</b>	<b>(6,0)</b>	<b>381,20</b>	<b>385,88</b>	<b>(1,2)</b>
España	438,4	467,6	(6,2)	191,14	192,58	(0,7)
Internacional	578,5	614,3	(5,8)	190,06	193,31	(1,7)
Portugal	132,1	131,1	0,8	43,92	45,74	(4,0)
Latam	446,4	483,2	(7,6)	146,14	147,57	(1,0)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>192,3</b>	<b>200,1</b>	<b>(3,9)</b>	<b>95,53</b>	<b>100,63</b>	<b>(5,1)</b>
España	52,1	55,6	(6,2)	52,48	52,83	(0,6)
Internacional	140,2	144,5	(3,0)	43,05	47,80	(9,9)
Portugal	28,3	26,1	8,4	9,99	10,16	(1,6)
Latam	111,8	118,4	(5,5)	33,06	37,64	(12,2)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	19%	18%		25,1%	26,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>80,0</b>	<b>91,5</b>	<b>(12,6)</b>	<b>43,69</b>	<b>50,36</b>	<b>(13,2)</b>
España	(10,6)	(1,0)	-	14,10	19,20	(26,6)
Internacional	90,6	92,5	(2,0)	29,59	31,16	(5,0)
Portugal	21,9	18,6	17,6	7,69	7,47	2,9
Latam	68,7	73,9	(7,0)	21,91	23,69	(7,5)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	7,9%	8,5%		11,5%	13,1%	

Resultados a tipo de cambio constante	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Millones de euros</b>						
<b>Ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.090,4</b>	<b>1.081,9</b>	<b>0,8</b>	<b>399,15</b>	<b>385,88</b>	<b>3,4</b>
España	438,4	467,6	(6,2)	191,14	192,58	(0,7)
Internacional	651,9	614,3	6,1	208,01	193,31	7,6
Portugal	132,1	131,1	0,8	43,92	45,74	(4,0)
Latam	519,9	483,2	7,6	164,08	147,57	11,2
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>214,9</b>	<b>200,1</b>	<b>7,4</b>	<b>102,77</b>	<b>100,63</b>	<b>2,1</b>
España	52,1	55,6	(6,2)	52,48	52,83	(0,6)
Internacional	162,8	144,5	12,6	50,28	47,80	5,2
Portugal	28,3	26,1	8,4	9,99	10,16	(1,6)
Latam	134,5	118,4	13,6	40,29	37,64	7,0
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	20%	18%		25,7%	26,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>98,0</b>	<b>91,5</b>	<b>7,2</b>	<b>51,01</b>	<b>50,36</b>	<b>1,3</b>
España	(10,6)	(1,0)	-	14,10	19,20	(26,6)
Internacional	108,6	92,5	17,5	36,91	31,16	18,5
Portugal	21,9	18,6	17,6	7,69	7,47	2,9
Latam	86,8	73,9	17,5	29,23	23,69	23,4
<i>Margen EBIT ajustado</i>	9,0%	8,5%		12,8%	13,1%	

### 3\_ Negocio de Educación

EDUCACIÓN	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Ingresos</b>	<b>542,03</b>	<b>562,86</b>	<b>(3,7%)</b>	<b>217,60</b>	<b>212,50</b>	<b>2,4%</b>
España	168,87	145,85	15,8%	100,18	85,37	17,4%
Internacional	373,15	417,01	(10,5%)	117,42	127,13	(7,6%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>386,28</b>	<b>411,30</b>	<b>(6,1%)</b>	<b>131,27</b>	<b>133,12</b>	<b>(1,4%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>155,75</b>	<b>151,56</b>	<b>2,8%</b>	<b>86,33</b>	<b>79,39</b>	<b>8,7%</b>
% margen	28,7%	26,9%		39,7%	37,4%	
<b>EBIT</b>	<b>75,04</b>	<b>73,37</b>	<b>2,3%</b>	<b>48,01</b>	<b>39,84</b>	<b>20,5%</b>
% margen	13,8%	13,0%		22,1%	18,7%	
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>63,45</b>	<b>63,23</b>		<b>3,04</b>	<b>18,37</b>	
Ediciones Generales	39,37	63,23		2,54	18,37	
Ediciones Generales pulsvalía	24,08	0,00		0,50	0,00	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>44,19</b>	<b>49,03</b>		<b>2,74</b>	<b>16,01</b>	
Indemnizaciones	12,32	1,70		0,48	0,81	
Ediciones Generales	31,28	47,33		1,88	15,20	
Ediciones Generales	0,59	0,00		0,38	0,00	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>	<b>14,49</b>	<b>11,55</b>		<b>0,58</b>	<b>1,77</b>	
Fondo de Comercio	6,79	0,00		0,00	0,00	
Ediciones Generales	7,70	11,55		0,58	1,77	
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>478,58</b>	<b>499,63</b>	<b>(4,2%)</b>	<b>214,57</b>	<b>194,13</b>	<b>10,5%</b>
España	134,12	129,50	3,6%	100,46	88,08	14,0%
Internacional	344,46	370,13	(6,9%)	114,11	106,04	7,6%
Portugal	6,41	6,21	3,3%	5,65	5,60	0,9%
Latam	338,04	363,92	(7,1%)	108,46	100,44	8,0%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>136,49</b>	<b>137,37</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>86,03</b>	<b>77,02</b>	<b>11,7%</b>
España	52,08	50,86	2,4%	57,57	49,84	15,5%
Internacional	84,40	86,50	(2,4%)	28,47	27,19	4,7%
Portugal	1,55	1,41	10,6%	3,62	3,22	12,3%
Latam	82,85	85,10	(2,6%)	24,85	23,97	3,7%
% margen ajustado	28,5%	27,5%		40,1%	39,7%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>70,27</b>	<b>70,72</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>48,29</b>	<b>39,24</b>	<b>23,0%</b>
% margen ajustado	14,7%	14,2%		22,5%	20,2%	
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>540,37</b>	<b>499,63</b>	<b>8,2%</b>	<b>230,97</b>	<b>194,13</b>	<b>19,0%</b>
España	134,12	129,50	3,6%	100,46	88,08	14,0%
Internacional	406,24	370,13	9,8%	130,51	106,04	23,1%
Portugal	6,41	6,21	3,3%	5,65	5,60	0,9%
Latam	399,83	363,92	9,9%	124,86	100,44	24,3%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>156,78</b>	<b>137,37</b>	<b>14,1%</b>	<b>93,17</b>	<b>77,02</b>	<b>21,0%</b>
España	52,08	50,86	2,4%	57,57	49,84	15,5%
Internacional	104,70	86,50	21,0%	35,61	27,19	31,0%
Portugal	1,55	1,41	10,6%	3,62	3,22	12,3%
Latam	103,15	85,10	21,2%	31,99	23,97	33,5%
% margen ajustado	29,0%	27,5%		40,3%	39,7%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>86,79</b>	<b>70,72</b>	<b>22,7%</b>	<b>55,62</b>	<b>39,24</b>	<b>41,7%</b>
% margen ajustado	16,1%	14,2%		24,1%	20,2%	

#### a\_ Posición de mercado

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

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

**Posición de mercado del negocio de educación de PRISA**

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

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

**b\_ Ingresos de explotación**

**Los ingresos de explotación del negocio de educación son estacionales y dependen de las campañas educativas de cada uno de los 22 países en los que tiene presencia Santillana.** En los primeros 9 meses del año han tenido lugar la totalidad de las **campañas del área sur**, lo cual incluye los siguientes países: Brasil (venta regular), Colombia, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Honduras, El Salvador, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay, Perú y Ecuador.

También se han registrado la mayor parte de las campañas del área Norte, (México y España), quedando pendiente de cerrar México, España y la venta institucional de Brasil.

**Los ingresos ajustados de educación en el 3T acumulado del año se han visto negativamente afectados por la evolución de los tipos de cambio, que impactan en ingresos en 62,9 millones de euros y en EBITDA en 20,2 millones de Euros.** Excluyendo el impacto de los tipos de cambio, los ingresos ajustados crecen un +8,4% y el EBITDA un +14,1%.

En la evolución de ingresos en los primeros 9 meses del año cabe destacar:

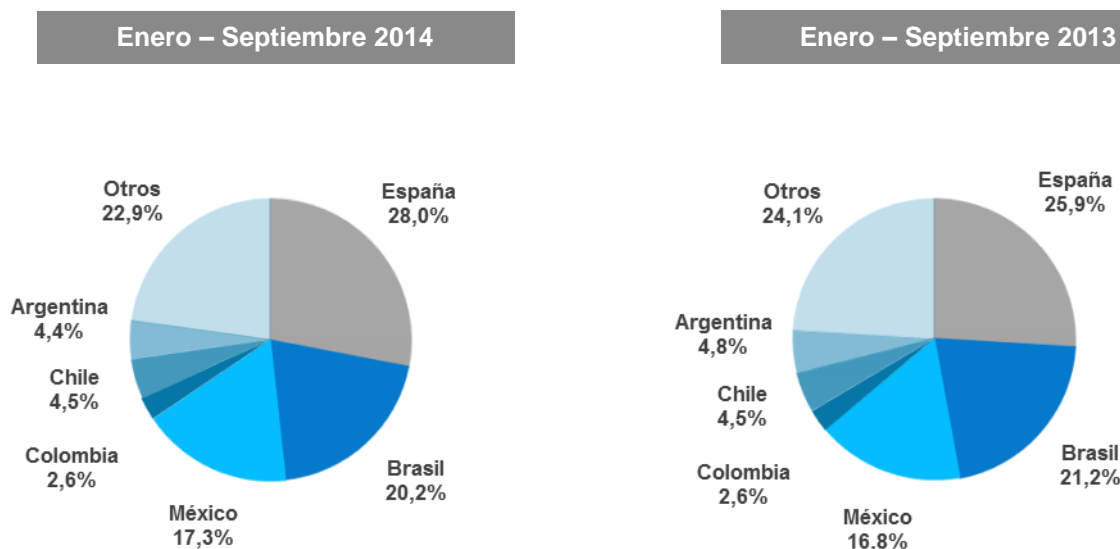
- a) **La evolución de las campañas del área sur**, que en su conjunto muestran una buena evolución en moneda local a excepción de Perú (debido en buena parte a que en 2013 se produjo una venta institucional no recurrente significativa).
- b) **En España**, la campaña, que comenzó con retraso, por las dificultades en la implantación de la nueva ley, muestra buen comportamiento. En los 9M de 2014 los ingresos crecen un +3,2% y el EBITDA un +5,4%. Se espera terminar la campaña de España de 2014 con crecimientos respecto a 2013, como ha sucedido en los 9M de 2014.
- c) **México**, ha tenido una campaña normal en línea con lo esperado.
- d) **En Brasil** falta por registrar fundamentalmente la campaña de venta institucional. Dado que el volumen de compras públicas del gobierno ha sido menor de lo esperado, que la asignación de libros a Santillana también fue menor y que los precios no han recogido el impacto total de la inflación, se prevé difícil mantener el mismo volumen de ingresos del año anterior a pesar de mantener la cuota de mercado. La campaña de venta regular se ve afectada en los primeros 9 meses por los adelantos registrados en 2013 (+11 millones de reales brasileños en 2013 en ingresos y +6 millones de reales brasileños en EBITDA).
- e) Los **sistemas de enseñanza UNO** muestran una notable mejora en márgenes. El EBITDA pasa de -1,32 millones de euros en los 9M de 2013 a +13,8 millones de euros en los 9M 2014.

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

	9M 2014	9M 2013	Var %	9M 2014	9M 2013	Var %
<b>Total Santillana</b>	<b>478,6</b>	<b>499,6</b>	<b>(4,2%)</b>			<b>8,2%</b>
<b>Educación tradicional y Compartir</b>	<b>426,8</b>	<b>452,5</b>	<b>(5,7%)</b>			
España	133,5	129,4	3,1%	133,52	129,44	3,1%
Portugal	6,4	6,2	3,3%	6,41	6,21	3,3%
Brasil	71,9	83,1	(13,5%)	229,96	224,64	2,4%
Méjico	63,7	66,7	(4,5%)	1.122,11	1.111,32	1,0%
Argentina	21,0	24,2	(13,3%)	229,23	161,64	41,8%
Chile	21,7	22,6	(3,9%)	16.477,61	14.144,37	16,5%
Colombia	5,4	6,1	(11,4%)	14,74	14,96	(1,4%)
Otros países	103,1	114,1	(9,6%)			---
<b>Sistema UNO</b>	<b>51,2</b>	<b>47,0</b>	<b>8,8%</b>			
España	0,1	0,0	---	0,10	0,00	---
Brasil	25,0	22,9	8,9%	76,99	63,45	21,3%
Méjico	19,0	17,3	10,0%	339,73	290,77	16,8%
Colombia	7,1	6,8	4,1%	18,88	16,54	14,1%
<b>Otros</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>---</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>---</b>

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

#### Desglose geográfico de ingresos de educación (%)



#### c\_ Gastos de explotación y capex

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

- **Menores gastos por tipo de negocio:** Gastos Totales -5,6% -20,2 millones de euros; Educación tradicional y Compartir -4,0% -11,9 millones de euros; Sistema UNO -22,7% -11,0 millones de euros:
- **Menores gastos por concepto:** Personal -1,5% -1,7 millones de euros; Servicios exteriores -2,5% -3,0 millones de euros; Derechos de autor -12,1% -1,8 millones de euros; Pérdidas enajenación inmovilizado 0,2 millones de euros; Coste de Ventas -11,7% -13,9 millones de euros

En cuanto a las **Inversiones**, Santillana realiza **inversiones totales por 46,43 millones de euros en los 9M de 2014 (-7,6%)**.

#### d\_ EBITDA

El EBITDA ajustado de educación en el tercer trimestre acumulado de 2014 alcanzó 136,5 millones de euros (-0,6%). Dicha reducción tiene como principal causa el **impacto negativo de los tipos de cambio** puesto que **a tipo de cambio constante, el negocio de educación habría visto crecer su EBITDA un 14,1% y alcanzar 156,8 millones de euros**.



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

	9M 2014	9M 2013	Var %	9M 2014	9M 2013	Var %
<b>Total Santillana</b>	<b>136,50</b>	<b>137,36</b>	<b>(0,6%)</b>			<b>14,1%</b>
<b>Educación tradicional y Compartir</b>	<b>136,74</b>	<b>150,49</b>	<b>(9,1%)</b>			
España	68,09	63,14	7,8%	68,09	63,14	7,8%
Portugal	1,63	1,62	0,6%	1,63	1,62	0,6%
Brasil	3,42	12,24	(72,1%)	16,30	29,40	(44,6%)
Méjico	22,75	24,40	(6,8%)	398,25	406,69	(2,1%)
Argentina	6,82	8,17	(16,5%)	75,28	51,66	45,7%
Chile	7,99	7,98	0,2%	6.062,27	4.882,25	24,2%
Colombia	(1,95)	(2,73)	28,7%	(4,85)	(6,72)	27,7%
Otros países	27,99	35,67	(21,5%)			---
<b>Sistema UNO</b>	<b>13,80</b>	<b>(1,32)</b>	<b>1142,6%</b>			
España	(,09)	(,14)	39,8%	(,09)	(,14)	39,8%
Brasil	7,24	(1,93)	474,7%	21,75	(4,58)	575,1%
Méjico	5,04	0,98	416,1%	90,94	17,55	418,3%
Colombia	1,60	(,23)	804,7%	4,30	(,65)	765,7%
<b>Otros</b>	<b>(14,03)</b>	<b>(11,80)</b>	<b>(19,0%)</b>	<b>(14,02)</b>	<b>(10,96)</b>	<b>(27,9%)</b>

### e\_ Desarrollo Digital – Sistemas de Enseñanza Digitales (UNO y Compartir)

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

#### La propuesta incluye:

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

#### El modelo de negocio:

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

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

**Los resultados:** En los 9M de 2014, los resultados de sistema UNO continúan mostrando un buen comportamiento en moneda local y mejorando rentabilidad, una vez ajustados de los efectos de anticipación de ventas que se produjeron en Brasil y Colombia

#### Los indicadores operativos:

- **Brasil:** sistema UNO se encuentra presente en 327 colegios y alcanza a 111.505 alumnos.
- **Colombia:** sistema UNO se encuentra presente en 81 colegios y alcanza a 27.793 alumnos.
- **México:** sistema UNO alcanza 418 colegios con 120.869 alumnos.
- **TOTAL: sistema UNO** se encuentra presente en 836 colegios y llega ya a los 262.128 alumnos

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

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

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

**El modelo de negocio:**

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

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

De estos países, en los 9M de 2014 ha finalizado lugar la campaña de Educación del hemisferio Sur y se ha iniciado la campaña en el hemisferio Norte. La contribución a ingresos y EBITDA de dichas campañas se encuentra incluida con los ingresos de educación tradicionales mostrados en las tablas anteriores.

En cuanto a sus indicadores operativos, **Sistema Compartir alcanza 1.102 colegios y 369.834 alumnos.**

## 4\_ Negocio de Radio

RADIO	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Ingresos</b>	<b>213,37</b>	<b>235,29</b>	<b>(9,3%)</b>	<b>69,48</b>	<b>79,95</b>	<b>(13,1%)</b>
Publicidad	192,75	214,74	(10,2%)	60,59	73,04	(17,0%)
<i>España</i>	109,51	111,74	(2,0%)	32,02	34,94	(8,3%)
<i>Internacional</i>	83,04	102,91	(19,3%)	28,49	38,04	(25,1%)
Otros*	0,20	0,09	120,8%	0,07	0,05	41,6%
Otros	20,62	20,55	0,3%	8,89	6,92	28,5%
<b>Gastos de explotación</b>	<b>187,30</b>	<b>207,80</b>	<b>(9,9%)</b>	<b>64,08</b>	<b>71,44</b>	<b>(10,3%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>26,07</b>	<b>27,49</b>	<b>(5,2%)</b>	<b>5,39</b>	<b>8,51</b>	<b>(36,6%)</b>
% <i>margen</i>	12,2%	11,7%		7,8%	10,6%	
<b>EBIT</b>	<b>15,08</b>	<b>13,97</b>	<b>8,0%</b>	<b>1,75</b>	<b>4,31</b>	<b>(59,4%)</b>
% <i>margen</i>	7,1%	5,9%		2,5%	5,4%	
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>(14,72)</b>	<b>1,90</b>		<b>(5,31)</b>	<b>1,90</b>	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,00	1,90		(0,23)	1,90	
Ajuste Perímetro de consolidación	(14,72)	0,00		(5,08)	0,00	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>(3,79)</b>	<b>7,01</b>		<b>(1,73)</b>	<b>5,19</b>	
Indemnizaciones	4,15	3,17		0,742	1,350	
Indemnizaciones Colaboradores	1,26	1,95		0,77	1,95	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,00	1,90		(0,23)	1,90	
Ajuste Perímetro de consolidación	(9,20)	0,00		(3,00)	0,00	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>	<b>(0,85)</b>	<b>0,00</b>		<b>(0,28)</b>	<b>0,00</b>	
Ajuste Perímetro de consolidación	(0,85)	0,00		(0,28)	0,00	
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>228,092</b>	<b>233,39</b>	<b>(2,3%)</b>	<b>74,79</b>	<b>78,05</b>	<b>(4,2%)</b>
<i>España</i>	135,28	130,82	3,4%	42,52	39,51	7,6%
<i>Latam</i>	101,33	107,31	(5,6%)	35,00	39,99	(12,5%)
Ajustes y Otros	(8,5)	(4,7)		(2,7)	(1,4)	
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>37,00</b>	<b>32,60</b>	<b>13,5%</b>	<b>8,99</b>	<b>11,81</b>	<b>(23,9%)</b>
<i>España</i>	6,39	0,97	---	(1,5)	(1,3)	(15,5%)
<i>Latam</i>	30,62	32,70	(6,3%)	10,46	13,43	(22,1%)
Ajustes y Otros	(0,0)	(1,1)		0,01	(0,3)	
% <i>margen ajustado</i>	16,2%	14,0%		12,0%	15,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>25,16</b>	<b>19,08</b>	<b>31,9%</b>	<b>5,07</b>	<b>7,61</b>	<b>(33,4%)</b>
% <i>margen ajustado</i>	11,0%	8,2%		6,8%	9,7%	
* Incluye Música y Ajustes de consolidación						
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>238,97</b>	<b>233,39</b>	<b>2,4%</b>	<b>76,33</b>	<b>78,05</b>	<b>(2,2%)</b>
<i>España</i>	135,28	130,82	3,4%	42,52	39,51	7,6%
<i>Latam</i>	112,20	107,31	4,6%	36,54	39,99	(8,6%)
Ajustes y Otros	(8,5)	(4,7)		(2,7)	(1,4)	
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>39,22</b>	<b>32,60</b>	<b>20,3%</b>	<b>9,05</b>	<b>11,81</b>	<b>(23,3%)</b>
<i>España</i>	6,39	0,97	---	(1,5)	(1,3)	(15,5%)
<i>Latam</i>	32,85	32,70	0,4%	10,52	13,43	(21,6%)
Ajustes y Otros	(0,0)	(1,1)		0,01	(0,3)	
% <i>margen ajustado</i>	16,4%	14,0%		11,9%	15,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>26,58</b>	<b>19,08</b>	<b>39,3%</b>	<b>5,02</b>	<b>7,61</b>	<b>(34,0%)</b>
% <i>margen ajustado</i>	11,1%	8,2%		6,6%	9,7%	

### a\_ Posición de mercado

En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio de a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y Máxima FM). Según el último informe de EGM, **Cadena Ser mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.566.000 oyentes** (cuota de mercado del 38,3% de la radio generalista en España). **Cadena 40 y Cadena Dial tienen el primer y segundo puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 22% y el 15% respectivamente.**

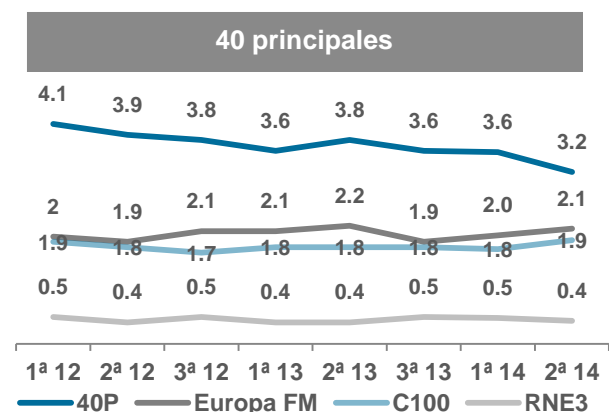
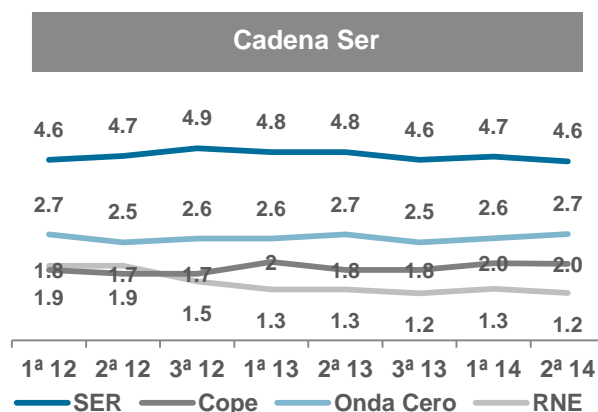
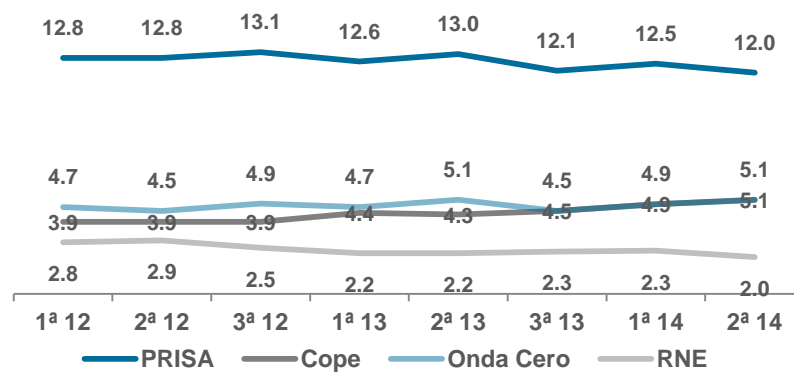
Se detalla a continuación el número de oyentes de las emisoras de Radio en España de:

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

Fuente: EGM Segunda Ola 2014 (última disponible)

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

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

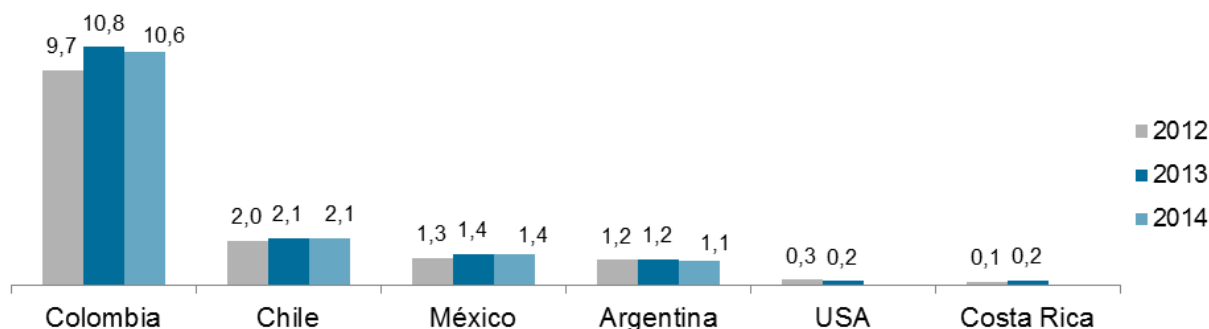


Fuente: EGM primera Ola 2014 (última disponible)

En cuanto a la radio internacional, mantiene el liderazgo en Chile y en Colombia (cuotas de 47,4% y 37,8% respectivamente) y la tercera posición en México (14%). El detalle de la posición de mercado de las emisoras de radio internacionales se detalla a continuación según la última información disponible (junio-agosto 2014):

Miles de Oyentes	Oyentes		
	2014	Posición	Cuota
Colombia	10.576	1	37,8%
Chile	2.137	1	47,4%
México	1.411	3	13,9%
Argentina	1.088	4	8,8%
Costa Rica	221	n/a	n/a
USA	185	n/a	n/a
Ecuador	70	n/a	n/a

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



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

### b\_ Ingresos de explotación

En los 9M de 2014, los ingresos de la radio alcanzaron los 213,37 millones de euros, lo que supone una caída del -9,3%. Esta caída se debe principalmente a:

- **El cambio en el perímetro de consolidación de radio México y Costa Rica** que dejan de estar integradas por consolidación proporcional y pasan a ser integradas por puesta en equivalencia.
- **El impacto negativo de los tipos de cambio** que a nivel ingresos fue de 10,88 millones de euros.

A tipo de cambio constante y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos de Radio habrían alcanzado 238,96 millones de euros en los 9M 2014, creciendo un +2,4% frente a 2013.

### Ingresos de Radio por origen geográfico:

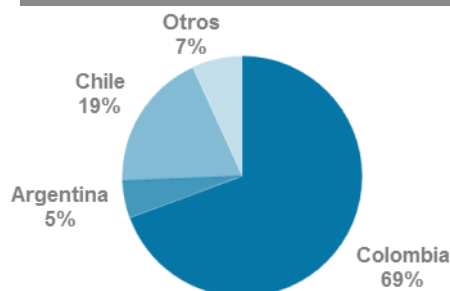
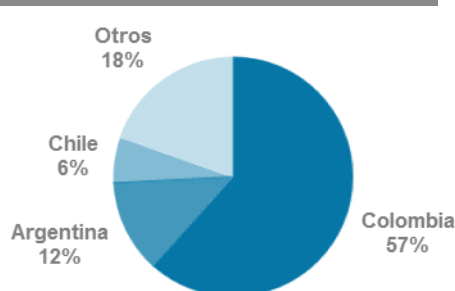
- España:** Los ingresos de radio España alcanzan 135,2 millones de euros en los 9M de 2014 (+1,9% versus 2013).
- Internacional:** Los ingresos de radio internacionales alcanzan 86,28 millones de euros en los 9M de 2014 (-19,6% versus 2013). Dicha caída se debe a:
  - **Cambios en el perímetro de consolidación.**
  - **La evolución del tipo de cambio.**

A tipo constante y ajustando por el impacto de México y Costa Rica, los ingresos internacionales de Radio habrían alcanzado 112,20 millones de euros en el tercer trimestre acumulado (+4,6% versus 2013).

**Ingresos por origen geográfico (%)**
**Enero – Septiembre 2014\***

**Enero – Septiembre 2013**


\* Datos impactados por baja en consolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto los ingresos de Latinoamérica habrían alcanzado 44,4% del total de ingresos de la división.

**Contribución internacional de los distintos países a Radio Internacional (%)**
**Enero – Septiembre 2014\***

**Enero – Septiembre 2013**


\* Datos impactados por la baja en la consolidación de México y Costa Rica. Sin dicho impacto la contribución de los principales países sería: Colombia 59,07% Méjico 14,07% Argentina 4,26% Chile 16,01% Otros 6,59%

**Ingresos de radio por concepto:**

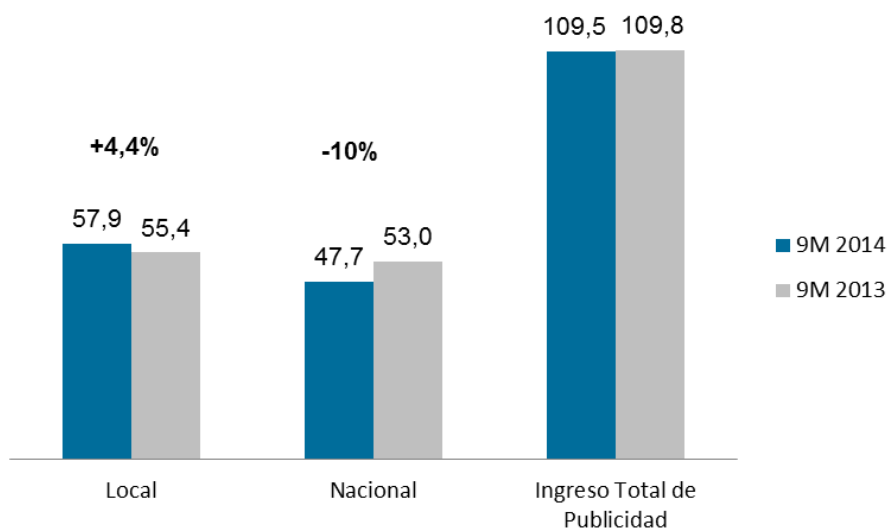
- a) **Ingresos publicitarios:** Los ingresos publicitarios de radio se reducen un -10,2% en los 9M de 2014 alcanzando 192,75 millones de Euros y representando un 90,3% de los ingresos de la división. Cabe destacar el diferente comportamiento de España y de la Radio Internacional.

**Los ingresos publicitarios de España,** alcanzan los 109,5 millones de euros y representan un 56,8% del total de ingresos de publicidad, disminuyen un -2,0%, con un comportamiento irregular entre trimestres. La caída en términos ajustados es del 0,27% (109,5 millones de euros de ingreso publicitario en 2014 frente a 109,8 millones de euros en 2013), ajustando patrocinios de publicidad en 2013 no registrados en 2014.

Estos ingresos se han visto afectados en los meses de julio y agosto por el impacto negativo del mundial de fútbol (debido a la eliminación del equipo español) y a otros factores estacionales.

En septiembre se recupera la tendencia positiva ya observada con anterioridad, mejorando las perspectivas hasta final de año.

La publicidad local consolida su tendencia de crecimiento (+4,4% acumulado, con crecimiento positivo en cada uno de los últimos 9 meses). Publicidad en cadena sigue sin mostrar una tendencia clara.



**Los ingresos publicitarios internacionales**, que se reducen, un -19,3%, se ven afectados por el impacto negativo del tipo de cambio y de la baja en consolidación de México y Costa Rica. Excluyendo estos impactos, los ingresos publicitarios internacionales habrían alcanzado 108,3 millones de euros (+5,3% versus 2013). El tercer trimestre estanco se ha visto afectado negativamente por un peor comportamiento en Chile (afectado por cambios e gobierno) y Colombia que se espera recuperar para el final de año.

- b) **Otros ingresos:** alcanzan 20,6 millones de euros (+0,3% versus 2013). Estos ingresos incluyen prestación de servicios, venta de productos y otros.

En los ingresos de publicidad de Radio de los primeros 9M de 2013 se ha realizado una **reclasificación de ingresos** por importe de 3 millones de euros correspondientes a publicidad de eventos, que anteriormente estaba incluida dentro de "Otros Ingresos" en la división de Radio. Dicho cambio no tiene impacto a nivel de resultados de la unidad de negocio ni del Grupo.

### c\_ Gastos de explotación y capex

El **Grupo mantiene su importante esfuerzo de control de costes**. Los gastos de explotación en los 9M de 2014 se han reducido un -9,9% con respecto al mismo periodo de 2013. Ajustados de efectos no recurrentes (principalmente indemnizaciones) y de efectos de perímetro, los gastos de explotación se habrían reducido en un -4,8% y en un -0.5% teniendo en cuenta el impacto del tipo de cambio.

La reducción de gastos continúa con un proceso de control de costes llevado a cabo en los últimos años, y mejora el posicionamiento de la división para disfrutar de apalancamiento operativo cuando mejore el entorno de mercado como se espera para 2014.

En cuanto a las **inversiones**, Radio realiza inversiones por valor de 3,24 millones de euros en el primer semestre de 2014.

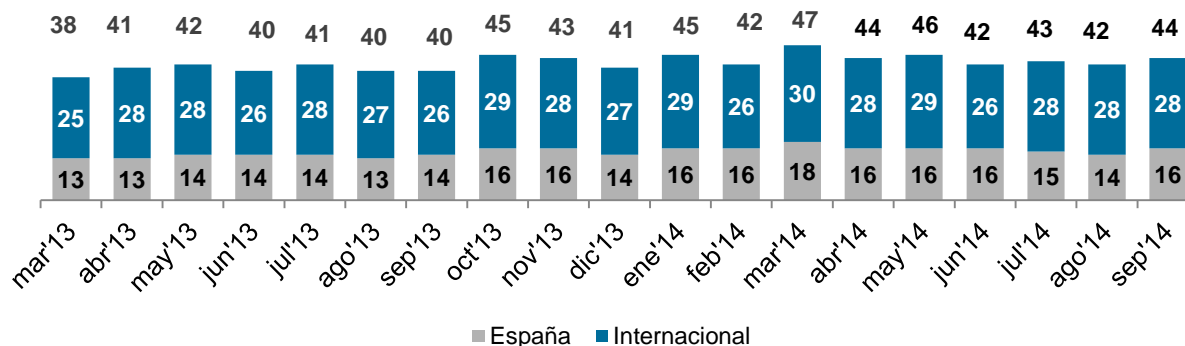
### d\_ EBITDA

El **EBITDA** de Radio fue positivo en 26,1 millones de euros en los 9M de 2014, lo que se compara con un EBITDA de 27,49 millones en el mismo periodo de 2013. Excluyendo extraordinarios y FX, el EBITDA hubiera alcanzado 39,2 millones de euros comparado con 20,80 millones en el mismo periodo de 2013 (+20,3%). Destaca la mejora del EBITDA de España que pasa de 1 millón de euros en los 9M de 2013 a 6,3 millones de euros en los 9M de 2014 en términos ajustados.

### e\_ Desarrollo Digital

**Destaca la solidez y el crecimiento de horas de escucha de radio a través de medios digitales.** En el último año, las horas de escucha mensuales han crecido de 38 millones en marzo de 2013 a 44 millones en septiembre de 2014, con una evolución positiva de horas de escucha en España y Radio Internacional.

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



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

- **El fuerte crecimiento de los navegadores únicos** a las páginas web internacionales de radio del Grupo: Los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España crecen un +32% y alcanzan 18,1 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture crecen un +22% y alcanzan 10,1 millones de media.
- **Durante 2013 se lleva a cabo el lanzamiento de Yes.fm:** Yes.fm es una plataforma de escucha de música en “*streaming*” que busca ser la primera plataforma de difusión de música online en España y Latinoamérica, acercar los usuarios a los artistas desde cualquier soporte, grabado o en vivo y ofrecer la experiencia más completa para la escucha de música y el acceso a los servicios relacionados con ella. Implantado inicialmente en España (2013) se pretende extender a otros países durante 2014. Las principales **ventajas de Radio** para ofrecer el servicio son: Fortaleza de sus marcas en productos musicales, capilaridad comercial, expertos en música en 10 países, conocimiento de la industria musical y sitios web de para promoción y captación (EIPaís, As, Rolling Stone, Meristation, Yomvi).

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

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



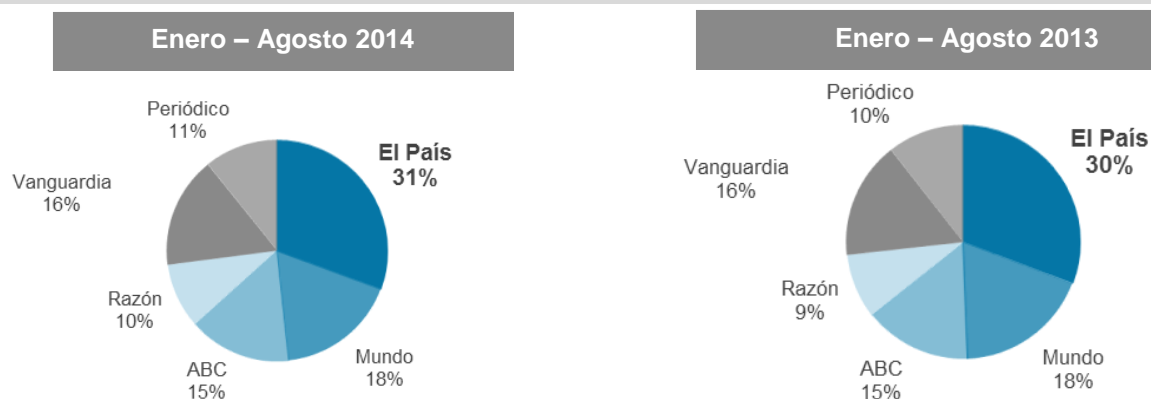
## 5\_ Negocio de Prensa

PRENSA	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Ingresos</b>	<b>187,92</b>	<b>200,15</b>	<b>(6,1%)</b>	<b>55,52</b>	<b>63,65</b>	<b>(12,8%)</b>
<i>Publicidad</i>	72,90	75,79	(3,8%)	21,14	21,83	(3,2%)
<i>Circulación</i>	82,73	96,57	(14,3%)	27,14	31,41	(13,6%)
<i>Promociones y otros</i>	32,29	27,79	16,2%	7,24	10,40	(30,4%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>194,92</b>	<b>191,25</b>	<b>1,9%</b>	<b>58,35</b>	<b>63,51</b>	<b>(8,1%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(7,00)</b>	<b>8,90</b>	<b>(178,6%)</b>	<b>(2,83)</b>	<b>0,14</b>	<b>---</b>
% <i>margen</i>	(3,7%)	4,4%		(5,1%)	0,2%	
<b>EBIT</b>	<b>(21,45)</b>	<b>(1,45)</b>	<b>---</b>	<b>(7,00)</b>	<b>(2,61)</b>	<b>(168,6%)</b>
% <i>margen</i>	(11,4%)	(0,7%)		(12,6%)	(4,1%)	
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>3,39</b>	<b>3,18</b>		<b>1,93</b>	<b>3,18</b>	
Ajuste Patrocinios Publicidad	3,39	3,18		1,93	3,18	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>15,65</b>	<b>6,88</b>		<b>2,70</b>	<b>4,29</b>	
Indemnizaciones	12,25	3,70		0,77	1,11	
Ajuste Patrocinios Publicidad	3,39	3,18		1,93	3,18	
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>184,53</b>	<b>196,97</b>	<b>(6,3%)</b>	<b>53,59</b>	<b>60,47</b>	<b>(11,4%)</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>5,26</b>	<b>12,60</b>	<b>(58,3%)</b>	<b>(2,1)</b>	<b>1,25</b>	<b>---</b>
% <i>margen ajustado</i>	2,8%	6,4%		(3,8%)	2,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>(9,2)</b>	<b>2,26</b>	<b>---</b>	<b>(6,2)</b>	<b>(1,5)</b>	<b>---</b>
% <i>margen ajustado</i>	(5,0%)	1,1%		(11,6%)	(2,5%)	

### a\_ Posición de mercado

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

#### Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD agosto 2014-2013

### b\_ Ingresos de explotación

El área de prensa redujo sus ingresos en un -6,1% en el tercer trimestre acumulado de 2014 hasta alcanzar los 187,9 millones de euros. Ello se debió a la debilidad mostrada por el mercado publicitario en prensa escrita como al descenso de la circulación que fueron compensados en parte por el crecimiento de la publicidad digital y de promociones.

Los ingresos publicitarios cayeron un -3,8% (El País -8,1% y As +14,8%).

- Los ingresos de publicidad en papel disminuyeron un -11,8% (incluyendo nuevos negocios) lo cual compara con una caída del mercado del -3,5% en el mismo periodo.
- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +19,8% en el periodo y representaron el 30% del total de ingresos publicitarios recurrentes de la división (24% a septiembre de 2013).
- En la transición a nuevos negocios, destaca AS, donde el 51% de los ingresos de publicidad son ya del área digital.

- La evolución hacia nuevos modelos de negocio implica el trasvase de ingresos de la publicidad “no digital”, hacia formatos digitales y nuevas formas de patrocinio:

PUBLICIDAD DESGLOSE	ENERO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	% Chg.
Millones de euros			
<b>Publicidad</b>	<b>69,60</b>	<b>72,60</b>	<b>(4,3%)</b>
No digital	42,80	50,50	(15,2%)
Digital	21,60	18,10	19,3%
Eventos	5,20	4,00	30,0%

Cifras ajustadas patrocinios de publicidad

Los ingresos por circulación experimentaron una caída del -14,3%. En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD agosto 2014) es la siguiente:

	Ene - Ago 2014	Ene - Ago 2013	Var. %
El País	264.423	297.995	(11,3)
AS	152.234	160.271	(5,0)
Cinco Días	26.945	29.384	(8,3)

Fuente: OJD (Cifras a agosto 2014 no auditadas)

Disminuyó la difusión del **El País** en un -11,3%, **AS** cayó un -5% y la del **Cinco Días** un -8,3%.

- El resto de ingresos de Prensa alcanzan **32,3 millones de euros en los 9M de 2014, lo cual supone un crecimiento de 4,5 millones (+16,2%)**. Estos ingresos se corresponden con promociones principalmente y su crecimiento se debe al éxito de algunas promociones que han tenido lugar este año como la colección de los Beatles, el smartphone o “Inglés Total” durante los 9M de 2014. En este periodo no se han imputado deducciones fiscales a ingresos, frente a 4,7 millones de euros imputados en los 9M de 2013. Descontando el efecto de las deducciones fiscales, los otros ingresos han aumentado un +39,9% en vez del +16,2%

### c\_ Gastos de explotación y Capex

Los **gastos de explotación** se incrementan en un **+1,9%** durante los 9M de 2014 aunque el incremento es principalmente debido a las indemnizaciones de restructuración de personal (12,3 millones de euros comparado con 3,7 millones en el mismo periodo de 2013). **Excluyendo impactos no recurrentes, los gastos de explotación se habrían reducido en un -2,8%**.

El Capex de la unidad de prensa se mantiene bajo control, alcanzando 1,48 millones de euros en el tercer trimestre acumulado de 2014.

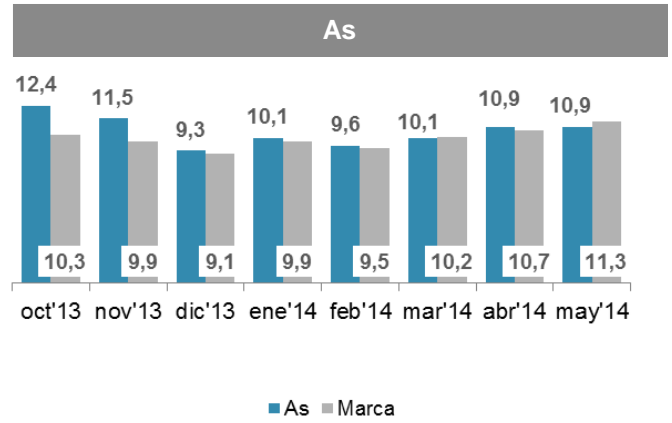
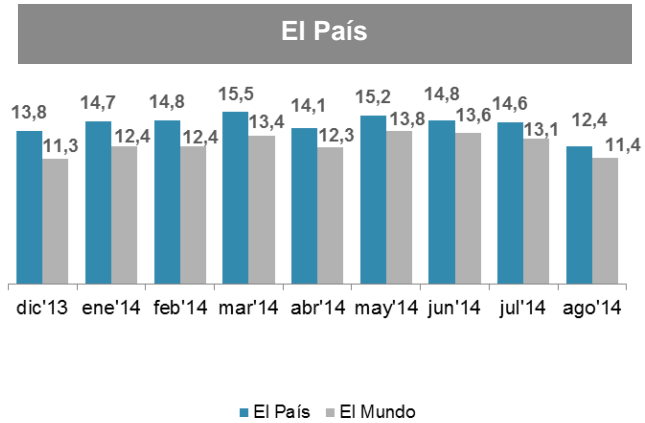
### d\_ EBITDA

El **EBITDA** de los 9M de 2014 ha sido negativo en -7 millones de euros, explicado fundamentalmente por las indemnizaciones llevadas a cabo. Excluyendo el impacto de extraordinarios, el EBITDA habría sido positivo en 5,26 millones de euros, excluyendo el impacto de las deducciones.

### e\_ Desarrollo Digital

- Los **ingresos de publicidad digital crecen un +19,8%** y representan ya un 30% de los ingresos publicitarios de la división.
- Los **navegadores únicos** de las páginas web del El País crecieron un 20%, alcanzando 71 millones de media (incluyendo Elpaís.com, Meristation, SModa y Clasificados). En las páginas de As.com, el crecimiento de navegadores únicos fue del 28% alcanzando 34,7 millones de media.
- En **términos de usuarios únicos**, según comScore, en prensa generalista, El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 12,4 millones de usuarios a agosto de 2014. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca en mayo 2014 (últimos datos disponibles), alcanzando 10,9 millones de usuarios únicos.

Audiencia digital (millones de usuarios únicos)



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

## 6\_ Media Capital

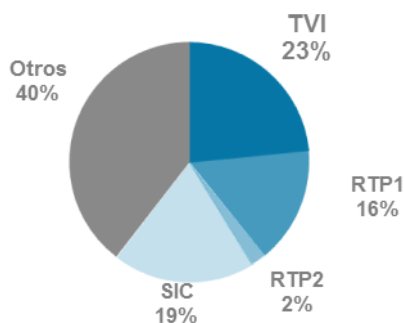
MEDIA CAPITAL	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Ingresos</b>	<b>128,34</b>	<b>129,52</b>	<b>(0,9%)</b>	<b>39,38</b>	<b>42,16</b>	<b>(6,6%)</b>
Publicidad	81,38	71,30	14,1%	24,75	22,76	8,7%
Otros	46,96	58,22	(19,3%)	14,64	19,40	(24,6%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>104,33</b>	<b>106,80</b>	<b>(2,3%)</b>	<b>33,69</b>	<b>36,17</b>	<b>(6,9%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>24,01</b>	<b>22,72</b>	<b>5,7%</b>	<b>5,70</b>	<b>5,99</b>	<b>(4,9%)</b>
% margen	18,7%	17,5%		14,5%	14,2%	
<b>EBIT</b>	<b>17,35</b>	<b>15,39</b>	<b>12,7%</b>	<b>3,54</b>	<b>3,71</b>	<b>(4,6%)</b>
% margen	13,5%	11,9%		9,0%	8,8%	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>1,40</b>	<b>1,35</b>		<b>0,34</b>	<b>0,41</b>	
Indemnizaciones	1,40	1,35		0,34	0,41	
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>25,41</b>	<b>24,06</b>	<b>5,6%</b>	<b>6,04</b>	<b>6,40</b>	<b>(5,6%)</b>
% margen ajustado	19,8%	18,6%		15,3%	15,2%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>18,75</b>	<b>16,74</b>	<b>12,0%</b>	<b>3,88</b>	<b>4,11</b>	<b>(5,7%)</b>
% margen ajustado	14,6%	12,9%		9,8%	9,8%	

### a\_ Posición de mercado

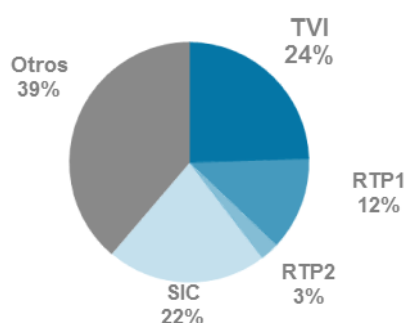
TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 24% y 26% respectivamente sobre el total de Televisión.

#### Media Capital

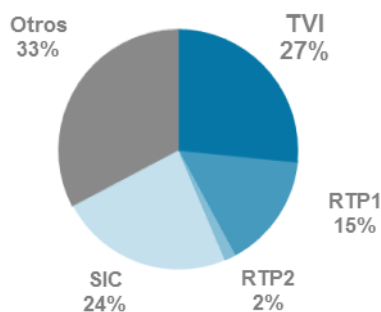
Enero - Setiembre 2014 (24hrs)



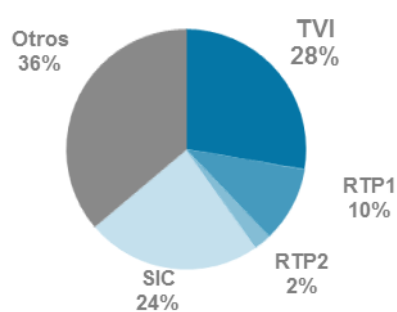
Enero - Setiembre 2013 (24hrs)



Enero - Setiembre 2014 (prime time)



Enero - Setiembre 2013 (prime time)



Fuente: Gfk Septiembre 2014

**La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital** (después del cambio de metodología en la medición de audiencias que tiene en cuenta el nuevo Censo de población), alcanza el 35,4%. Por cadenas:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 24,1%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 5,5%
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 4,6%

### **b\_ Ingresos de explotación**

Media Capital registró en los 9M de 2014, unos ingresos de 128,34 millones de euros (-0,9% con respecto al mismo periodo de 2013). Dichos ingresos se deben principalmente al crecimiento de los ingresos publicitarios en un +14,1% que compensa la caída de prestación de servicios y otros ingresos.

**TVI**, líder en televisión en abierto de Portugal alcanzó en los 9M de 2014 unos ingresos de 104,98 millones de euros, lo que supone un crecimiento del +1,8% respecto del mismo periodo de 2013. Este crecimiento se consigue gracias a:

- la mejora en los ingresos publicitarios que crecen un +14,8% en el periodo en comparación con el 10,9% del mercado publicitario de la TV en abierto en Portugal (según estimaciones internas).
- la mejora en venta de derecho y producciones audiovisuales, que crecen en un +22,3% en el periodo, y
- la menor prestación de otros servicios, fundamentalmente debido al impacto de auto-regulación concerniente a programas de televisión, cuya principal fuente de ingresos proviene de concursos de llamadas a tarifa única, que entró en vigor en julio de 2014.

**El negocio de Radio de Media Capital** también muestra su enorme fortaleza con unos ingresos que crecen un +10,8%. Los ingresos publicitarios crecen un +9,7%, mientras que se recupera la inversión en los principales sectores del mercado de Radio en Portugal, que ha crecido un +11,5% en el periodo.

### **c\_ Gastos de explotación y Capex**

Los gastos de explotación ajustados se redujeron en un -2,4% en los 9M de 2014. Media Capital mantiene un capex de 1,66 millones de euros en los 9M de 2014.

### **d\_ EBITDA**

El anterior comportamiento lleva a un crecimiento del EBITDA ajustado, que se incrementa de 24,1 millones de euros en los 9M de 2013 a 25,4 millones de euros en el mismo periodo de 2014 (+5,6%).

### **e\_ Desarrollo digital**

- Los ingresos de publicidad digitales se incrementan en un 12,5% en los 9M de 2014, aunque aún tienen un peso limitado en la división.
- Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital decrecieron un -14%, alcanzando 5,2 millones de media a septiembre de 2014 (según los datos de Netscope).
- Durante 2014 se han lanzado los siguiente proyectos:
  - Desafío final: emisión online del *reality show* "Casa dos Segredos", disponible por suscripción
  - Blog cabaredigiucha.pt
  - Nueva página web de Lux
  - Nueva página web de MasterChef Portugal, con contenido online exclusivo

## 7\_ De EBIT a Resultado Neto

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>EBIT</b>	<b>53,43</b>	<b>82,95</b>	<b>(35,6)</b>	<b>38,87</b>	<b>46,11</b>	<b>(15,7)</b>
Margen EBIT	5,0%	7,2%		10,2%	11,3%	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>31,48</b>	<b>(114,74)</b>	<b>127,4</b>	<b>82,40</b>	<b>(41,27)</b>	<b>-</b>
Gastos por intereses de financiación	(84,99)	(92,34)	8,0	(20,22)	(35,60)	43,2
Otros resultados financieros	116,47	(22,40)	-	102,62	(5,67)	-
<b>Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones</b>	<b>37,14</b>	<b>4,34</b>	<b>-</b>	<b>41,14</b>	<b>(2,98)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>122,06</b>	<b>(27,46)</b>	<b>-</b>	<b>162,41</b>	<b>1,86</b>	<b>-</b>
Impuesto sobre sociedades	(101,52)	(2,11)		(78,12)	(3,20)	
<b>Resultado de operaciones de discontinuación</b>	<b>(2.116,13)</b>	<b>(261,03)</b>	<b>100,0</b>	<b>(11,33)</b>	<b>(27,95)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>11,24</b>	<b>95,77</b>	<b>(88,3)</b>	<b>5,81</b>	<b>6,27</b>	<b>(7,3)</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>(2.084,36)</b>	<b>(194,82)</b>	<b>-</b>	<b>78,77</b>	<b>(23,03)</b>	<b>-</b>

### a\_ Resultado financiero:

Mejora en 146,2 millones de euros (+127,4%), incluyendo un decremento en “**Gastos por intereses de financiación**” (+8,0% o 7,35 millones de euros), y una mejora de “**Otros Resultados Financieros**” de 138,87 millones de euros principalmente por las plusvalías de las compras de deuda a descuento, que compensa los mayores gastos de formalización de los pasivos financieros con la banca acreedora y las diferencias de tipo de cambio.

### b\_ El resultado por puesta en equivalencia

Recoge fundamentalmente la estimación del 3,66% del resultado de Mediaset España en los 9M de 2014 y las plusvalías generadas por la venta del 13,68% y la valoración de la inversión resultante a valor razonable. Además, en el tercer trimestre acumulado de 2014, los resultados por puesta en equivalencia incluyen los de Radio México y Costa Rica que en 2013 estaban consolidados por integración proporcional.

### c\_ Impuesto de sociedades

En los primeros 9 meses del ejercicio no se ha llevado a cabo la activación de ningún crédito fiscal.

### d\_ El resultado de operaciones de discontinuación

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

### e\_ El resultado atribuido a socios externos

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

## 8\_Posición Financiera

### a\_ Estado de flujos de efectivo

#### Enero- Septiembre

€ Millones		2014	2013	Var.
<b>Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al inicio del ejercicio</b>		<b>282,34</b>	<b>133,32</b>	<b>149,03</b>
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones		156,87	176,90	(20,03)
Variación del circulante		(80,00)	(93,66)	13,66
<b>Cash flow operativo</b>	<b>(I)</b>	<b>76,87</b>	<b>83,23</b>	<b>(6,37)</b>
Inversiones/desinversiones operativas (Capex)		(51,34)	(61,75)	10,41
Inversiones/desinversiones en inmovilizado financiero		526,87	(21,84)	548,71
<b>Cash flow de inversión</b>	<b>(II)</b>	<b>475,53</b>	<b>(83,59)</b>	<b>559,12</b>
Ampliación de capital y Ejercicio de warrants		103,02	(0,00)	103,02
Pago de intereses		(21,28)	(40,72)	19,43
Pago de dividendos		(4,43)	(3,80)	(0,63)
Otros cobros/pagos financieros		(8,16)	(16,42)	8,26
<b>Cash flow de financiación excluyendo disposición / (amortización) de deuda</b>		<b>69,14</b>	<b>(60,94)</b>	<b>130,09</b>
Disposición/ amortización de deuda con entidades de crédito		(522,73)	139,05	(661,78)
<b>Cash flow de financiación</b>	<b>(III)</b>	<b>(453,59)</b>	<b>78,11</b>	<b>(531,69)</b>
Pago de impuestos		(30,76)	(47,42)	16,66
Impacto del tipo de cambio		(8,84)	(10,20)	1,36
Indemnizaciones		(23,27)	(23,15)	(0,13)
Efecto perímetro		(8,08)	0,00	(8,08)
Otros		(15,19)	(12,62)	(2,57)
<b>Otros movimientos del cash flow</b>	<b>(IV)</b>	<b>(86,15)</b>	<b>(93,39)</b>	<b>7,25</b>
<b>Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio (I)+(II)+(III)+(IV)</b>		<b>12,66</b>	<b>(15,64)</b>	<b>28,30</b>
<b>Variación de los flujos de tesorería en el ejercicio actividades interrumpidas</b>		<b>(7,91)</b>	<b>(17,51)</b>	<b>9,60</b>
<b>Inversiones financieras corrientes y Equivalentes de efectivo al final del período</b>		<b>287,10</b>	<b>100,17</b>	<b>186,93</b>

### Cash flow de inversión

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

	Septiembre 2014	Septiembre 2013	Var.
Audiovisual (Media Capital)	(1,66)	(1,01)	(0,65)
Educación	(46,43)	(54,38)	7,96
Radio	(3,24)	(3,33)	0,09
Prensa	(1,48)	(2,10)	0,62
Otros	0,29	(1,20)	1,49
<b>Capex (inversión)</b>	<b>(52,51)</b>	<b>(62,02)</b>	<b>9,51</b>
Capex (desinversión)	1,17	0,27	0,90
<b>Total</b>	<b>(51,34)</b>	<b>(61,75)</b>	<b>10,41</b>

- A septiembre de 2014 se incluye dentro del cash flow de inversión la venta del 13,68% de Mediaset (481,9 millones de euros).
- En cuanto al negocio de generales, se incluye el cobro de la venta de la actividad (excepto Brasil)
- En el ejercicio 2013 se recogía el pago derivado del ejercicio de la put sobre Media Capital, financiado en su totalidad con una mayor disposición de deuda con entidades de crédito.

### Cash flow de financiación

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

	Septiembre 2014	Septiembre 2013	Var.
Audiovisual (Media Capital)	19,29	7,67	11,62
Educación	38,14	101,46	(63,33)
Radio	(1,91)	2,22	(4,14)
Prensa	(0,39)	(0,17)	(0,21)
Otros	(577,86)	27,87	(605,72)
<b>Total</b>	<b>(522,73)</b>	<b>139,05</b>	<b>(661,78)</b>

- Otros: refleja en 2014 la amortización de deuda con los fondos procedentes de la venta del 13,68% de Mediaset (pago de 478,13 millones de euros para cancelar 643,54 millones de euros de deuda) y con los fondos procedentes de la ampliación de capital (cancelación de 133,13 millones de euros; salida de caja de 99,8 millones de euros). En 2013 se incluía la mayor deuda destinada a financiar la put de Media Capital.
- Educación: en 2014 en el área de educación se incluyen 25 millones de euros del préstamo concedido por el Banco Mundial para la financiación de sus sistemas de enseñanza.

### Otros movimientos del cash flow

- Efecto perímetro, se debe a:
  - salida de caja como consecuencia de la integración de Radio México por puesta en equivalencia (por integración proporcional en diciembre de 2013), -5,2 millones de euros.
  - al impacto derivado de la venta del negocio de Generales (-2,9 millones de euros).
- Otros incluye fundamentalmente el pago de actas y litigios y el pago de ciertos costes de refinanciación y de la operación Dédalo.



### Variación en los flujos de tesorería del ejercicio de operaciones interrumpidas

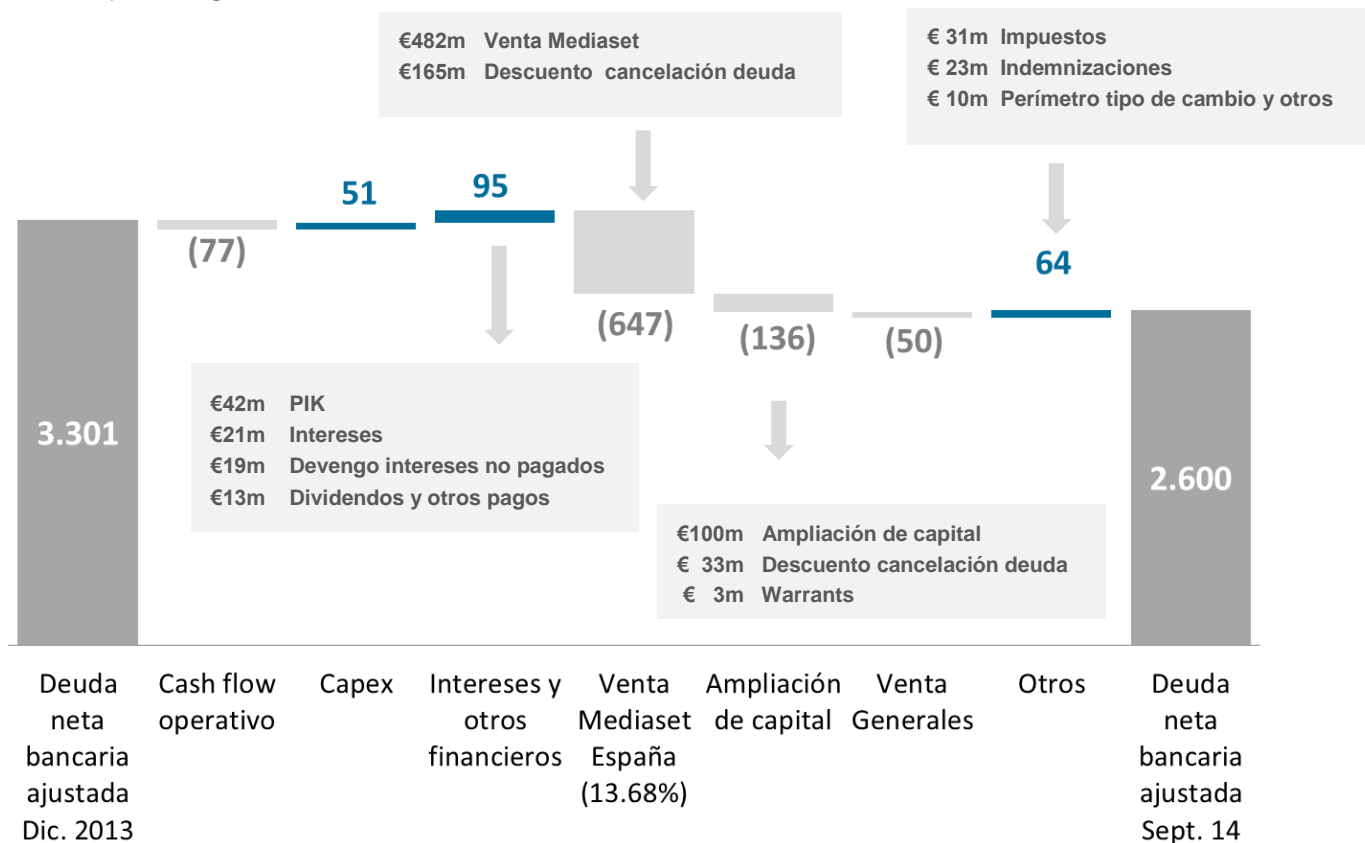
- Como consecuencia del acuerdo para la venta del 56% de DTS a Telefónica de Contenidos, S.A.U, la generación de caja del negocio se presenta en el cash flow consolidado en la línea de “Variaciones de los flujos de tesorería en el ejercicio de actividades interrumpidas”. Los datos de 2013 se presentan de la misma manera a efectos comparativos.

### Posición financiera neta

	30/09/2014	31/12/2013
Deuda con entidades de crédito	2.767,42	3.401,08
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes+Inversiones financieras corrientes	(287,10)	(282,34)
<b>Deuda neta bancaria</b>	<b>2.480,33</b>	<b>3.118,74</b>
Gastos de formalización	119,63	182,02
<b>Deuda bancaria Total</b>	<b>2.599,96</b>	<b>3.300,76</b>
Otra deuda financiera	128,89	108,67
Dividendo preferente DLJ	128,65	104,06
Cupón bono convertible	0,00	4,36
Otros	0,25	0,25
<b>Deuda neta total ajustada</b>	<b>2.728,85</b>	<b>3.409,43</b>

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

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



- El epígrafe de “Intereses y otros financieros” incluye, además del pago de intereses:
  - Pago de intereses (21,28 millones de euros), pago de dividendos (4,43 millones de euros) y otros cobros pagos financieros (8,16 millones de euros).
  - El coste fijo capitalizable (PIK) asociado a parte de la deuda refinanciada, por importe de 41,58 millones de euros.
  - Los intereses devengados en el período no pagados, por importe de 19,14 millones de euros, al estipularse en el contrato de refinanciación un período de pago de intereses semestral o anual, en función del tramo refinanciado.
- Venta del 13,68% de Mediaset España:** Amortización de deuda con los fondos procedentes de la venta del 13,68% de Mediaset (-643,54 millones de euros, salida de caja -478,13 millones de euros, de lo que se deriva un ingreso financiero por la diferencia).
- Ampliación de capital (-136 millones de euros):** Amortización de deuda con los fondos procedentes de la ampliación de capital (-133,13 millones de euros, salida de caja -99,8 millones de euros, de lo que se deriva un ingreso financiero por la diferencia). Adicionalmente se incluyen los fondos procedentes del ejercicio de los warrants de la refinanciación de 2013.
- Venta Ediciones Generales:** Fondos procedentes de la venta de Generales -55 millones de euros, excepto Brasil que se cobrará en octubre). Se incluye el pago de la compraventa del 24% de Objetiva.
- Otros movimientos,** incluye fundamentalmente el epígrafe de “Otros movimientos del cash flow” (86,15 millones de euros) ajustado por la baja de la posición financiera neta de DTS a diciembre de 2013 como consecuencia de su clasificación a mantenido para la venta (-25 millones de euros).

## 9 Operaciones de Venta de Activos

### a Operación Mediaset España

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

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

Tras esta colocación, continuaba manteniendo una participación en Mediaset España, representativa de un 13,65% del capital social de esta sociedad.

Durante el, se ha procedido a realizar las siguientes ventas de la participación remanente de Mediaset: el 24 de julio un 8,5%, en diferentes operaciones posteriores hasta un 4,84%.

El importe de estas ventas se ha destinado a compra de deuda a descuento por valor de 479 millones de euros, lo que supone un descuento medio del 25%.

Como resultado de estas operaciones, la participación de Prisa en Mediaset es del 3,66% y no mantiene una influencia significativa en la sociedad.

En el futuro esta participación se mantendrá como activo financiero y no consolidará en las cuentas del Grupo Prisa.

### b Operación Venta de DTS

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

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

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

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

El 15 de septiembre de 2014, la utilización de este mecanismo previsto en el contrato de refinanciación, y previo dictamen de un experto independiente, fue aprobado por las entidades financiadoras. El importe de la conversión de deuda procedente del Tramo 3 de dicha deuda que fue convertido en préstamos participativos (PPL's según la denominación contractual), fue de 507 millones de euros.

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

El expediente de autorización administrativa de la operación, ha sido trasladado por parte de las autoridades comunitarias al órgano supervisor español, la CNMC (Comisión Nacional de los Mercado y la Competencia). CNC. Este expediente se encuentra en fase de tramitación por dicha comisión.

### c\_ Operación venta de ediciones Generales

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

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

**Anexos**

- 1\_ Balance de situación**
  
- 2\_ Datos financieros acumulados por unidad de negocio**
  - a\_ Desglose de ingresos de explotación.
  - b\_ Desglose de ingresos publicitarios.
  - c\_ Desglose de gastos de explotación.
  - d\_ Desglose de EBITDA.
  - e\_ Desglose de EBIT
  
- 3\_ Datos financieros acumulados por concepto**
  - a\_ Ingresos de explotación.
  - b\_ Gastos de explotación
  
- 4\_ Otros hechos significativos**
  
- 5\_ Estructura del Grupo**
  
- 6\_ Canal+**

## 1\_Balance de Situación

Millones de euros	ACTIVO	
	30/09/2014	31/12/2013
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.622,83</b>	<b>4.929,07</b>
Inmovilizado material	153,10	262,09
Fondo de comercio	601,81	2.482,22
Inmovilizado inmaterial	151,53	285,48
Inversiones financieras no corrientes	191,75	52,79
Sociedades puestas en equivalencia	42,55	597,26
Activos por impuestos diferidos	478,14	1.244,01
Otros activos no corrientes	3,94	5,22
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>1.370,70</b>	<b>1.774,79</b>
Existencias	163,29	240,25
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	920,31	1.252,20
Inversiones financieras corrientes	173,62	142,91
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	113,47	139,43
<b>ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>1.215,82</b>	<b>0,06</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>4.209,35</b>	<b>6.703,93</b>
Millones de euros	PASIVO	
	30/09/2014	31/12/2013
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>-404,26</b>	<b>1.569,33</b>
Capital suscrito	213,40	105,27
Reservas	1.535,83	2.149,98
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	-2.084,36	-648,70
Socios Externos	-69,13	-37,22
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>2.907,74</b>	<b>3.524,74</b>
Deudas con entidades de crédito	2.596,42	3.238,86
Otros pasivos financieros no corrientes	115,55	106,81
Pasivos por impuestos diferidos	52,21	29,65
Provisiones	101,75	95,22
Otros pasivos no corrientes	41,81	54,20
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>1.080,76</b>	<b>1.609,86</b>
Deudas con entidades de crédito	171,00	162,23
Otros pasivos financieros corrientes	14,84	46,18
Acreedores comerciales	642,91	1.092,92
Otras deudas corrientes	212,48	233,28
Ajustes por periodificación	39,52	75,26
<b>PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>625,11</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4.209,35</b>	<b>6.703,93</b>

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

La cifra de Patrimonio Neto muestra signo negativo. Este hecho se deriva de la firma del acuerdo para la venta de Canal+ a Telefónica. Esta situación ha sido corregida con la puesta en marcha del mecanismo de conversión automática de deuda procedente del tramo 3 en préstamos participativos (PPL), lo cual restaura el equilibrio patrimonial de la sociedad.

## 2\_ Datos Financieros Acumulados por Unidad de Negocio

### a\_ Desglose de ingresos de explotación

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
<b>Media Capital</b>	<b>128,34</b>	<b>129,52</b>	<b>(0,9)</b>	<b>12,0%</b>	<b>11,3%</b>	<b>39,38</b>	<b>42,16</b>	<b>(6,6)</b>	<b>10,3%</b>	<b>10,3%</b>
<b>Educación - Editorial</b>	<b>542,03</b>	<b>562,86</b>	<b>(3,7)</b>	<b>50,7%</b>	<b>48,9%</b>	<b>217,60</b>	<b>212,50</b>	<b>2,4</b>	<b>57,2%</b>	<b>51,9%</b>
España y Portugal	168,87	145,85	15,8			100,18	84,76	18,2		
Latam y USA	373,15	417,01	(10,5)			117,42	127,74	(8,1)		
<b>Radio</b>	<b>213,37</b>	<b>235,29</b>	<b>(9,3)</b>	<b>20,0%</b>	<b>20,5%</b>	<b>69,48</b>	<b>79,95</b>	<b>(13,1)</b>	<b>18,2%</b>	<b>19,5%</b>
Radio España	121,95	121,42	0,4			36,25	38,08	(4,8)		
Radio Internacional	86,28	107,31	(19,6)			29,58	39,99	(26,0)		
Música	13,33	11,30	17,9			6,27	3,32	88,8		
Ajustes de consolidación	(8,19)	(4,74)	(73,0)			(2,63)	(1,44)	(82,2)		
<b>Prensa</b>	<b>187,92</b>	<b>200,15</b>	<b>(6,1)</b>	<b>17,6%</b>	<b>17,4%</b>	<b>55,52</b>	<b>63,65</b>	<b>(12,8)</b>	<b>14,6%</b>	<b>15,5%</b>
El País	129,35	136,46	(5,2)			36,37	43,46	(16,3)		
AS	42,59	43,28	(1,6)			14,21	15,16	(6,3)		
Cinco Días	8,57	9,15	(6,4)			2,51	2,71	(7,3)		
Revistas	8,24	12,41	(33,6)			2,56	2,71	(5,6)		
Impresión*	7,77	8,05	(3,5)			2,68	2,62	2,0		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.			-	-	-		
Otros y Ajustes de consolidación	(8,60)	(9,20)	6,5			(2,80)	(3,01)	7,0		
<b>Otros y ajustes de consolidación</b>	<b>(2,91)</b>	<b>22,40</b>	<b>(113,0)</b>	<b>(0,3%)</b>	<b>1,9%</b>	<b>(1,24)</b>	<b>11,07</b>	<b>(111,2)</b>	<b>(0,3%)</b>	<b>2,7%</b>
Prisa Brand Solutions	14,29	16,31	(12,4)			4,67	5,55	(15,8)		
Otros***	(17,20)	6,09	-			(5,91)	5,52	-		
<b>TOTAL</b>	<b>1.068,75</b>	<b>1.150,21</b>	<b>(7,08)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>380,74</b>	<b>409,34</b>	<b>(6,99)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

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

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

### b\_ Desglose de ingresos publicitarios

PUBLICIDAD	ENERO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
<b>Media Capital</b>	<b>81,38</b>	<b>71,30</b>	<b>14,1</b>	<b>23,7%</b>	<b>19,8% #</b>	<b>24,75</b>	<b>22,76</b>	<b>8,7</b>	<b>24%</b>	<b>19,5%</b>
<b>Radio*</b>	<b>192,75</b>	<b>214,74</b>	<b>(10,2)</b>	<b>56,2%</b>	<b>59,8% #</b>	<b>60,59</b>	<b>73,04</b>	<b>(17,0)</b>	<b>57,6%</b>	<b>62,6%</b>
Radio España	109,51	111,74	(2,0)			32,02	34,94	(8,3)		
Radio Internacional	83,04	102,91	(19,3)			28,49	38,04	(25,1)		
Música	0,22	0,15	45,4			0,08	0,06	38,8		
Ajustes de consolidación	(0,03)	(0,06)	59,8			(0,01)	(0,00)	(8,6)		
<b>Prensa</b>	<b>72,90</b>	<b>75,79</b>	<b>(3,8)</b>	<b>21,2%</b>	<b>21,1% #</b>	<b>21,14</b>	<b>21,83</b>	<b>(3,2)</b>	<b>20,1%</b>	<b>18,7%</b>
El País	49,16	53,51	(8,1)			13,38	15,24	(12,2)		
AS	14,45	12,58	14,8			5,14	4,25	20,9		
Cinco Días	4,72	5,04	(6,2)			1,31	1,34	(2,1)		
Revistas	3,90	4,33	(9,9)			1,05	0,83	25,8		
Otros y Ajustes de consolidación	0,66	0,33	100,0			0,26	0,17	50,7		
<b>Otros y Ajustes de consolidación</b>	<b>(3,97)</b>	<b>(2,51)</b>	<b>(57,9)</b>	<b>(1,2%)</b>	<b>(0,7%) #</b>	<b>(1,34)</b>	<b>(0,97)</b>	<b>(39,0)</b>	<b>(1,3%)</b>	<b>(0,8%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>343,07</b>	<b>359,32</b>	<b>(4,5)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>105,13</b>	<b>116,66</b>	<b>(9,9)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

\* En los Ingresos de Publicidad de Radio tiene lugar una reclasificación de ingresos correspondientes a Publicidad de Eventos que anteriormente estaba incluida dentro de Otros Ingresos.

### c\_ Desglose de gastos de explotación

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

GASTOS DE EXPLOTACIÓN	ENERO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros										
<b>Media Capital</b>	<b>104,33</b>	<b>106,80</b>	<b>(2,3)</b>	<b>11,7%</b>	<b>11,3%</b>	<b>33,69</b>	<b>36,17</b>	<b>(6,9)</b>	<b>11,6%</b>	<b>11,6%</b>
<b>Educación - Editorial</b>	<b>386,28</b>	<b>411,30</b>	<b>(6,1)</b>	<b>43,4%</b>	<b>43,4%</b>	<b>131,27</b>	<b>133,12</b>	<b>(1,4)</b>	<b>45,3%</b>	<b>42,8%</b>
España y Portugal	101,26	94,96	6,6			38,98	35,63	9,4		
Latam y USA	285,02	316,34	(9,9)			92,29	97,49	(5,3)		
<b>Radio</b>	<b>187,30</b>	<b>207,80</b>	<b>(9,9)</b>	<b>21,1%</b>	<b>21,9%</b>	<b>64,08</b>	<b>71,44</b>	<b>(10,3)</b>	<b>22,1%</b>	<b>23,0%</b>
Radio España	119,69	125,99	(5,0)			38,97	42,67	(8,7)		
Radio Internacional	62,27	76,05	(18,1)			21,28	26,99	(21,1)		
Música	13,53	10,50	28,9			6,47	3,23	100,1		
Ajustes de consolidación	(8,19)	(4,74)	(73,0)			(2,63)	(1,44)	(82,2)		
<b>Prensa</b>	<b>194,92</b>	<b>191,25</b>	<b>1,9</b>	<b>21,9%</b>	<b>20,2%</b>	<b>58,35</b>	<b>63,51</b>	<b>(8,1)</b>	<b>20,1%</b>	<b>20,4%</b>
El País	142,49	133,64	6,6			40,65	45,28	(10,2)		
AS	37,72	37,32	1,1			12,68	12,44	1,9		
Cinco Días	9,19	9,31	(1,2)			3,09	3,30	(6,4)		
Revistas	8,55	14,10	(39,3)			2,83	3,42	(17,2)		
Impresión*	4,97	5,67	(12,4)			1,72	1,86	(7,4)		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.			0,0%	0,0%	-		
Otros y Ajustes de consolidación	(8,00)	(8,78)	8,9			(2,62)	(2,79)	6,1		
<b>Otros y ajustes de consolidación</b>	<b>16,54</b>	<b>29,95</b>	<b>(44,8)</b>	<b>1,9%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,35</b>	<b>6,96</b>	<b>(66,3)</b>	<b>0,8%</b>	<b>2,2%</b>
Prisa Brand Solutions	13,52	14,37	(5,9)			4,45	4,56	(2,2)		
Otros***	3,02	15,58	(80,6)			(2,11)	2,40	(187,8)		
<b>TOTAL</b>	<b>889,36</b>	<b>947,10</b>	<b>(6,1)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>289,73</b>	<b>311,19</b>	<b>(6,9)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

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

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

### d\_ Desglose de EBITDA

EBITDA	ENERO - SEPTIEMBRE			MARGEN		% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros												
<b>Media Capital</b>	<b>24,01</b>	<b>22,72</b>	<b>5,7</b>	<b>18,7%</b>	<b>17,5%</b>	<b>13,4%</b>	<b>11,2%</b>	<b>5,70</b>	<b>5,99</b>	<b>(4,9)</b>	<b>6,3%</b>	<b>6,1%</b>
<b>Educación - Editorial</b>	<b>155,75</b>	<b>151,56</b>	<b>2,8</b>	<b>28,7%</b>	<b>26,9%</b>	<b>86,8%</b>	<b>74,6%</b>	<b>86,33</b>	<b>79,39</b>	<b>8,7</b>	<b>94,9%</b>	<b>80,9%</b>
España y Portugal	67,61	50,90	32,8					61,20	49,14	24,6		
Latam y USA	88,13	100,67	(12,4)					25,13	30,25	(16,9)		
<b>Radio</b>	<b>26,07</b>	<b>27,49</b>	<b>(5,2)</b>	<b>12,2%</b>	<b>11,7%</b>	<b>14,5%</b>	<b>13,5%</b>	<b>5,39</b>	<b>8,51</b>	<b>(36,6)</b>	<b>5,9%</b>	<b>8,7%</b>
Radio España	2,26	(4,57)	149,5					(2,72)	(4,59)	40,7		
Radio Internacional	24,01	31,26	(23,2)					8,30	13,01	(36,2)		
Música	(0,21)	0,80	(126,1)					(0,19)	0,09	-		
<b>Prensa</b>	<b>(7,00)</b>	<b>8,90</b>	<b>(178,6)</b>	<b>(3,7%)</b>	<b>4,4%</b>	<b>(3,9%)</b>	<b>4,4%</b>	<b>(2,83)</b>	<b>0,14</b>	<b>-</b>	<b>(3,1%)</b>	<b>0,1%</b>
El País	(13,14)	2,82	-					(4,29)	(1,83)	(134,7)		
AS	4,88	5,95	(18,1)					1,53	2,72	(43,7)		
Cinco Días	(0,62)	(0,15)	-					(0,58)	(0,59)	2,0		
Revistas	(0,31)	(1,68)	81,6					(0,27)	(0,71)	61,6		
Impresión*	2,80	2,38	17,9					0,96	0,77	24,9		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.							-		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,60)	(0,42)	(43,4)					(0,18)	(0,22)	17,9		
<b>Otros y ajustes de consolidación</b>	<b>(19,45)</b>	<b>(7,55)</b>	<b>(157,6)</b>	<b>668,8%</b>	<b>(33,7%)</b>	<b>(10,8%)</b>	<b>(3,7%)</b>	<b>(3,58)</b>	<b>4,12</b>	<b>(187,1)</b>	<b>(3,9%)</b>	<b>4,2%</b>
Prisa Brand Solutions	0,77	1,94	(60,4)					0,22	0,99	(77,9)		
Otros***	(20,22)	(9,49)	(113,1)					(3,80)	3,12	-		
<b>TOTAL</b>	<b>179,38</b>	<b>203,12</b>	<b>(11,69)</b>	<b>16,8%</b>	<b>17,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>91,01</b>	<b>98,14</b>	<b>(7,27)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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

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

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.



**e\_ Desglose de EBIT**

EBIT	ENERO - SEPTIEMBRE			MARGEN		% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
Millones de euros												
Media Capital	17,35	15,39	12,7	13,5%	11,9%	32,5%	18,6%	3,54	3,71	(4,6)	9,1%	8,0%
Educación - Editorial	75,04	73,37	2,3	13,8%	13,0%	140,4%	88,4%	48,01	39,84	20,5	123,5%	86,4%
España y Portugal	30,76	18,89	62,8					36,23	26,24	38,1		
Latam y USA	44,28	54,48	(18,7)					11,78	13,60	(13,4)		
Radio	15,08	13,97	8,0	7,1%	5,9%	28,2%	16,8%	1,75	4,31	(59,4)	4,5%	9,4%
Radio España	(4,53)	(12,78)	64,6					(5,11)	(7,09)	28,0		
Radio Internacional	20,23	26,16	(22,7)					7,26	11,39	(36,3)		
Música	(0,62)	0,59	-					(0,40)	0,02	-		
Prensa	(21,45)	(1,45)	-	(11,4%)	(0,7%)	(40,2%)	(1,7%)	(7,00)	(2,61)	(168,6)	(18,0%)	(5,7%)
El País	(23,61)	(3,50)	-					(7,69)	(3,44)	(123,5)		
AS	4,07	5,10	(20,3)					1,41	2,50	(43,9)		
Cinco Días	(0,71)	(0,50)	(41,0)					(0,62)	(0,62)	1,1		
Revistas	(1,01)	(1,82)	44,2					(0,29)	(0,72)	59,7		
Impresión*	0,56	(0,19)	-					0,41	(0,07)	-		
Distribución**	n.a.	n.a.	n.a.									
Otros y Ajustes de consolidación	(0,75)	(0,54)	(40,0)					(0,22)	(0,26)	14,3		
Otros y ajustes de consolidación	(32,58)	(18,33)	(77,7)	1120,3%	(81,8%)	(61,0%)	(22,1%)	(7,42)	0,86	-	(19,1%)	1,9%
Prisa Brand Solutions	0,62	1,37	(54,8)					0,17	0,94	(81,8)		
Otros***	(33,20)	(19,70)	(68,6)					(7,59)	(0,08)	-		
<b>TOTAL</b>	<b>53,43</b>	<b>82,95</b>	<b>(35,59)</b>	<b>5,0%</b>	<b>7,2%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>38,87</b>	<b>46,11</b>	<b>(15,69)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

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

\*\*\* Incluye fundamentalmente los negocios corporativos.

### 3\_Datos financieros acumulados por concepto

#### a\_ Ingresos de explotación

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
<b>Total ingresos de explotación</b>	<b>1.068,75</b>	<b>1.150,21</b>	<b>(7,1)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>380,74</b>	<b>409,34</b>	<b>(7,0)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Publicidad	343,07	359,32	(4,5)	32,1%	31,2%	105,13	116,67	(9,9)	27,6%	28,5%
Libros y formación	502,39	551,06	(8,8)	47,0%	47,9%	208,31	208,12	0,1	54,7%	50,8%
Periódicos y revistas	80,99	93,82	(13,7)	7,6%	8,2%	26,65	30,51	(12,7)	7,0%	7,5%
Ingresos de abonados	0,00	0,00	-	0,0%	0,0%	0,00	0,00	34,3	0,0%	0,0%
Ingresos de abonados otros operadores	0,31	0,26	16,9	0,0%	0,0%	0,11	0,08	31,9	0,0%	0,0%
Producción audiovisual	17,39	17,63	(1,4)	1,6%	1,5%	6,48	6,18	4,9	1,7%	1,5%
Other revenues	124,60	128,11	(2,7)	11,7%	11,1%	34,05	47,77	(28,7)	8,9%	11,7%
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>51,78</b>	<b>68,31</b>				<b>(0,45)</b>	<b>23,45</b>			
Ajuste patrocinios publicidad	3,39	5,08				1,93	5,08			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(15,06)	0,00				(5,42)	0,00			
Trade Publishing	63,45	63,23				3,04	18,37			
<b>Total ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.016,96</b>	<b>1.081,91</b>	<b>(6,0)</b>			<b>381,20</b>	<b>385,88</b>	<b>(1,2)</b>		

#### b\_ Gastos de explotación

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL		JULIO - SEPTIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2014	2013	Var. %	2014	2013	2014	2013	Var. %	2014	2013
<b>Total gastos de explotación</b>	<b>889,36</b>	<b>947,10</b>	<b>(6,10)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>289,73</b>	<b>311,19</b>	<b>(6,90)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Compras y consumos	181,03	203,87	(11,2)	20,4%	21,5%	66,78	68,75	(2,9)	23,0%	22,1%
Servicios exteriores	387,29	410,17	(5,6)	43,5%	43,3%	123,09	135,94	-9,44973086	42,5%	43,7%
Gastos de personal	320,62	332,27	(3,5)	36,1%	35,1%	99,53	105,82	-5,94139178	34,4%	34,0%
Otros gastos de explotación	0,43	0,79	(45,8)	0,0%	0,1%	0,33	0,69	-51,7092915	0,1%	0,2%
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>64,72</b>	<b>65,30</b>				<b>4,07</b>	<b>25,94</b>			
Indemnizaciones	31,60	10,95				2,41	3,71			
Indemnizaciones colaboradores	1,26	1,95				0,77	1,95			
Ajuste patrocinios publicidad	3,39	5,08				1,93	5,08			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(9,40)	0,00				(3,30)	0,00			
Complemento jubilación no recurrente	6,00	0,00				0,00	0,00			
Ediciones Generales	31,87	47,33				2,26	15,20			
<b>Total gastos de explotación ajustados</b>	<b>824,65</b>	<b>881,79</b>	<b>(6,5)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>285,67</b>	<b>285,26</b>	<b>0,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Compras y consumos	171,30	187,96	(8,9)	19,5%	20,9%	66,14	63,17	4,7	23,2%	22,1%
Servicios exteriores	367,09	379,15	(3,2)	45,5%	43,2%	121,59	121,49	0,1	42,6%	42,6%
Gastos de personal	285,83	313,90	(8,9)	35,0%	35,9%	97,39	99,91	(2,5)	34,1%	35,0%
Otros gastos de explotación	0,43	0,79	(45,8)	0,0%	0,0%	0,33	0,69	(51,7)	0,1%	0,2%

#### c\_ Gastos por origen geográfico (ajustados por extraordinarios):

Millones de euros	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Chg.%	2014	2013	Chg.%
<b>Compras y consumos</b>	<b>171,30</b>	<b>187,96</b>	<b>(8,86)</b>	<b>66,14</b>	<b>63,17</b>	<b>4,71</b>
España	66,03	68,61	(3,8)	34,05	36,75	(7,3)
Internacional	105,27	119,35	(11,8)	32,09	26,42	21,5
<b>Servicios exteriores</b>	<b>367,09</b>	<b>379,15</b>	<b>(3,18)</b>	<b>121,80</b>	<b>121,49</b>	<b>0,26</b>
España	169,48	168,94	0,3	49,15	43,74	12,4
Internacional	197,61	210,21	(6,0)	72,65	77,75	(6,6)
<b>Gastos de personal</b>	<b>285,83</b>	<b>313,90</b>	<b>(8,94)</b>	<b>97,39</b>	<b>99,91</b>	<b>(2,53)</b>
España	150,35	173,73	(13,5)	55,12	58,58	(5,9)
Internacional	135,48	140,17	(3,3)	42,27	41,34	2,3
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>0,43</b>	<b>0,79</b>	<b>(45,82)</b>	<b>0,33</b>	<b>0,69</b>	<b>(51,71)</b>
<b>Total gastos de explotación ajustados</b>	<b>824,65</b>	<b>881,79</b>	<b>(6,48)</b>	<b>285,67</b>	<b>285,26</b>	<b>0,14</b>
España	386,29	412,07	(6,26)	138,65	139,75	(0,78)
Internacional	438,36	469,72	(6,68)	147,01	145,51	1,03

Excluyendo extraordinarios

#### 4\_ Otros Hechos Significativos

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

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

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

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

- (a) 917.498.618 acciones ordinarias, Clase A, de 0,10€ de valor nominal cada una
- (b) 312.001.056 acciones sin voto convertibles, Clase B, de 0,10€ de valor nominal cada una.

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

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

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

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

- 6) En julio de 2014 se procedió a una ampliación de capital por 100 millones de euros, íntegramente suscrito por Consorcio Transportista Occher, S.A. de C.V. ("Occher") y desembolsado íntegramente mediante aportación dineraria al tiempo de su suscripción.

El aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de 188.679.245 acciones ordinarias Clase A, de 0,10 euros de valor nominal, con una prima de emisión de 0,43 euros por acción y con exclusión del derecho de suscripción preferente. Dicho precio supone una prima de cerca del 40 por ciento sobre el precio medio ponderado de las acciones de PRISA durante los últimos tres meses.

Occher es una sociedad vinculada a don Roberto Alcántara Rojas, consejero de PRISA y miembro de su Comisión Ejecutiva desde 24 de febrero de 2014. El señor Alcántara es firmante del contrato de accionistas de PRISA publicado el 28 de abril de 2014.

## 5\_ Estructura del Grupo

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

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

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

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

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

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

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

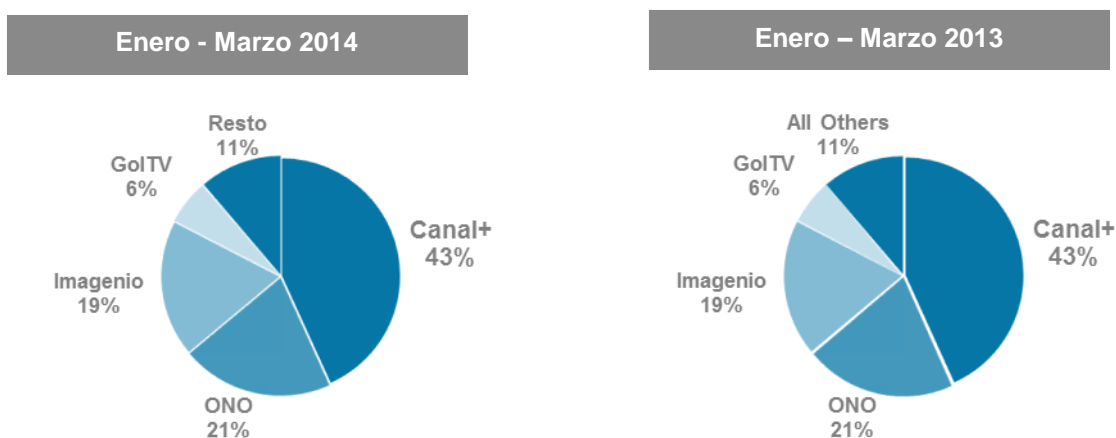
**6\_ Canal+**

CANAL+	ENERO - SEPTIEMBRE			JULIO - SEPTIEMBRE		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Revenues</b>	<b>856,5</b>	<b>869,0</b>	<b>(1,4%)</b>	<b>277,0</b>	<b>275,7</b>	<b>0,5%</b>
Satellite subscribers	635,0	651,5	(2,5%)	203,1	206,8	(1,8%)
Subs from other platforms	178,3	174,0	2,5%	62,4	57,0	9,5%
Other	43,2	43,5	(0,7%)	11,5	12,0	(3,5%)
<b>Operating expenses</b>	<b>848,2</b>	<b>846,3</b>	<b>0,2%</b>	<b>275,2</b>	<b>279,1</b>	<b>(1,4%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>8,3</b>	<b>22,7</b>	<b>(63,5%)</b>	<b>1,9</b>	<b>(3,4)</b>	<b>154,1%</b>
% margin	1,0%	2,6%		0,7%	(1,2%)	
<b>EBIT</b>	<b>(53,76)</b>	<b>(49,19)</b>	<b>(9,3%)</b>	<b>(18,86)</b>	<b>(26,05)</b>	<b>27,6%</b>
% margin	(6,3%)	(5,7%)		(6,8%)	(9,4%)	

**a\_ Posición de mercado**

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

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

**Posición de mercado de Canal+**


Fuente: Estimaciones internas (1T 2014, últimos datos disponibles)

**b\_ Indicadores operativos**

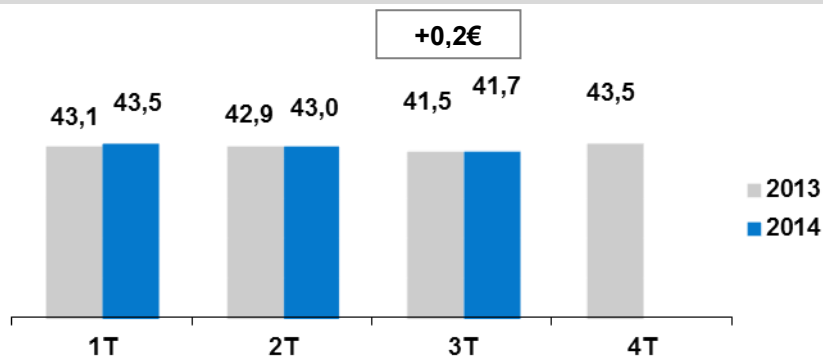
Los abonados de satélite disminuyen en los 9M de 2014 en -40.319 respecto a diciembre de 2013.

**Abonados de satélite de Canal+**

	Sep 2014	Dic 2013	Var. Abs
Satélite (DTH)	1.580.313	1.620.632	(40.319)

El **ARPU de los abonados del satélite** en tercer trimestre estanco 2014 se situó en 41,7 euros de media, por encima de los 41,5 euros de media en el tercer trimestre estanco de 2013.

### Evolución ARPU Canal+ (€)

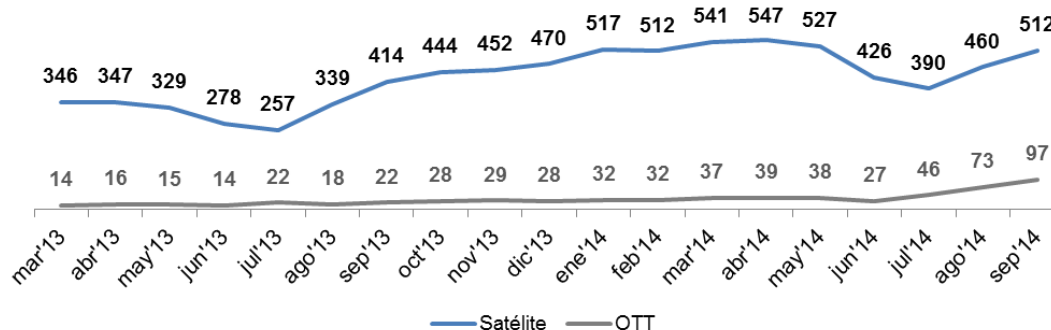


El número de abonados con **iPlus** se siguió incrementando. A septiembre de 2014 el número de abonados de **iPlus** se situó en 659.590, lo que supone un incremento de 46.703 respecto a junio de 2013 y una penetración del 41,7%.

La **tasa de cancelaciones se situó en 15,0%**, más baja que el 18,1% de septiembre de 2013 y suponiendo una importante mejora desde el 18% de diciembre de 2013.

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

En el desarrollo digital de la plataforma, destaca el comportamiento de **YOMVI** que alcanzó en septiembre los **609 mil usuarios únicos**, de los cuales 512 mil son además abonados de satélite (penetración del 32,4%). Esto compara con los 436 mil a septiembre de 2013 (penetración del 25,3%).



Por otro lado, también se ha incrementado considerablemente el **uso que hacen los abonados de la plataforma**. Las descargas catch-up de contenido han aumentado de 2,6 millones en septiembre de 2013, a 4,8 millones en septiembre de 2014.

### Desarrollo Digital: evolución de descargas de Yomvi (miles)

