



**Resultados Anuales 2015**

**Febrero 2016**

## PRISA VUELVE A LA RENTABILIDAD. 5,3 MILLONES DE BENEFICIO NETO

**288,7 millones de euros de EBITDA ajustado (+10,3%)**

- Esta evolución operativa se explica por:
  - El crecimiento de los negocios en España impulsados por la recuperación del mercado publicitario y por una mayor campaña en educación.
  - La evolución favorable de las campañas de educación en LatAm en monedas locales.
  - El crecimiento de los ingresos de transformación.
  - El control de costes.
  - El impacto negativo de los tipos de cambio, particularmente en el 4T del año.

Estos factores compensan la caída de ingresos en Radio LatAm (afectada por la evolución de monedas pero manteniéndose estable en moneda local) y la caída de las llamadas de valor añadido de Media Capital.

- La deuda neta bancaria se reduce 922 millones de euros en 2015 y se completa la ampliación de capital de 64 millones de euros suscrita por IMG.
- En enero de 2016 PRISA ha alcanzado un acuerdo con algunos de sus principales acreedores para llevar a cabo una emisión de bonos convertibles en acciones a 10 euros por acción mediante el canje de deuda. Dicha conversión reducirá la deuda y reforzará el capital por un mínimo de 100 millones y un máximo de 150 millones de euros.

### PRINCIPALES TITULARES

#### La publicidad en España muestra recuperación en el año 2015

- Los ingresos publicitarios del Grupo en España crecen un 6,4% (+3,9% en el 4T).
  - La Radio en España crece un +8,1%.
  - La prensa crece un +6,7% (-4% convencional; +27,1% online).
- En Portugal, se registra un menor crecimiento en un contexto de contracción de mercado. Los ingresos publicitarios de Media Capital crecen un (+2,1%); (TVI +1,4% y Radio +9,1%).

#### Las operaciones en Latinoamérica muestran crecimiento en moneda local

- En Educación, las ventas en América Latina, crecen en moneda local en los países más importantes excepto en Brasil por ser año de ciclo bajo en las ventas institucionales.
- En Radio LatAm, los ingresos permanecen prácticamente planos (+0,3%) en moneda local, destacando la mejora de Colombia en el último trimestre (+8%).
- El tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en el año de 38,6 millones de euros en ingresos y 8,6 millones en EBITDA, sobre todo afectado por la volatilidad de las monedas en el 4T, donde el impacto negativo en ingresos ha sido de 28 millones y de 9,3 millones en EBITDA.

#### El grupo continúa su transformación digital

- Los ingresos de transformación en el grupo se incrementan un +20,7% hasta alcanzar los 193,5 millones de euros.
- Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 813.752 (+28,8% YoY). Sus ingresos en moneda local crecen +16,5%.
- La publicidad digital aumenta un +22% en el año, hasta alcanzar los 51 millones de euros en el ejercicio:
  - En el negocio de prensa, la publicidad digital sigue creciendo y representa ya un 36,4 % de los ingresos publicitarios.
- La media mensual de navegadores únicos de los sites del Grupo crece un 33,5% en 2015, alcanzando los 112 millones.

#### Continúa el desapalancamiento financiero

- La venta de Canal+ se cerró el 30 de abril de 2015;
  - Cancela 621 millones de deuda con los fondos recibidos de la misma.
  - Acuerdo para un procedimiento de resolución sobre 36 millones adicionales.
  - El precio final de compraventa asciende a 724 millones de euros, sujeto a resolución de diferencias por 29 millones de euros.
- Cancelación de 201 millones de euros mediante recompra de deuda a descuento (c.22%) con fondos procedentes de la venta de Mediaset España.
- Aumento de capital de 64 millones de Euros suscrito en su totalidad por International Media Group a 10 euros por acción.
- La deuda bancaria neta del Grupo se reduce en 922 millones hasta los 1.660 M€ a 31 de diciembre de 2015 frente a 2.582 millones en diciembre de 2014, cumplimiento anticipadamente con los compromisos de repago de deuda (1500 millones) hasta 2018.
- En enero de 2016 se acuerda la emisión de un bono mandatorio convertible en acciones mediante canje de deuda en equity a 10 euros por acción por un mínimo de 100 y un máximo de 150 millones de euros.
- En febrero de 2016 se ha continuado con la reducción de deuda, cancelando 65 millones de euros a través de subasta con un descuento del 16,02%.

## Resultados por unidad de negocio

### Educación

- **En España**, se produce un importante crecimiento en 2015 por el grado de adopción de la nueva reforma y por un buen desempeño comercial. Los ingresos crecen un +20% y el EBITDA un +54%.
- **En LatAm, las campañas han tenido una evolución positiva en la mayoría de países en moneda local. Cabe destacar el comportamiento de:**
  - **Brasil**, cuyos ingresos caen un -8% en moneda local por ser 2015 el año de ciclo bajo de las ventas institucionales.
  - **Argentina**, que ha registrado un crecimiento del 56,7% impulsado por las ventas institucionales.
  - **México**, que crece un +1,5% en moneda local pese a la falta de renovación de sus programas.
- **Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y COMPARTIR) continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo un 28,8% el número de alumnos hasta los 813.752. **Sistema UNO** alcanza un **EBITDA** de **20,6** millones de euros en el año.
- **En conjunto, los ingresos ajustados a tipo de cambio constante crecen un +3%.**
- **El EBITDA ajustado crece un 10,9% en moneda local (+8,6% en euros).**
- **El tipo de cambio** tiene un **impacto negativo** de **28,6 millones de euros en ingresos** y de **3,5 millones de euros en EBITDA.**

### Radio

- La **publicidad en España** en el año 2015 aumenta un **+8,1% (6,4% en local y 9,3% en cadena).**
- **Destaca la mejora operativa en España**, que incrementa su EBITDA ajustado un +72,4% hasta alcanzar los 29 millones de euros.
- Los **ingresos ajustados de Radio en LatAm en moneda local** permanecen prácticamente planos (**+0,3%**) en 2015 frente al 2014. Colombia supone el 54% de ingresos ajustados de la radio internacional y ha tenido un crecimiento del +8% (moneda local) en el 4T del año.
- **EL EBITDA ajustado a tipo de cambio constante de la Radio creció un 21% en el año hasta alcanzar los 80 millones de euros.** (+13,8% en euros).
- **Impacto negativo del tipo de cambio** (-8,4 m€ en ingresos y -4,8 m€ en EBITDA), concentrado en Colombia.

### Prensa

- **Los ingresos publicitarios** en 2015 aumentan un +6,7 %.
- La publicidad digital sube un **+27,1%** (representando ya un 36% del total de ingresos publicitarios de la división), compensando la caída en publicidad **tradicional** (-4%).
- En diciembre de 2015 se registran de media **81,7 millones de Navegadores Únicos** y **20,7 millones de Usuarios Únicos.**
- Se mantiene el **control de costes** (-6,5% en gastos ajustados).
- **El EBITDA ajustado de Prensa** se incrementa un 12,8% hasta alcanzar los 16,5 millones de euros.

### Media Capital

- **Los ingresos publicitarios totales** registran un crecimiento del +2,1% (+5,1% en 4T) a pesar de la contracción del mercado que ha sufrido Portugal a lo largo del año. Televisión se mantiene con una subida del +1,4% y la Radio registra un crecimiento del +9,1%.
- **Las llamadas** de valor añadido registraron caídas muy significativas, (-38,1%), bajando a niveles del 2011
- **La distribución de canales de TVI** en las distintas plataformas de pago han tenido un crecimiento a diciembre del +33,8%.
- **El EBITDA ajustado** asciende a 42 millones de euros (-3,8%).

## Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
Ingresos de explotación ajustados	1.397,6	1.412,9	(1,1)	319,5	395,9	(19,3)
EBITDA ajustado	288,7	261,8	10,3	54,0	69,5	(22,3)
Margen EBITDA ajustado	20,7%	18,5%		16,9%	17,6%	
EBIT ajustado	173,5	134,1	29,4	44,7	54,1	(17,4)
Margen EBIT ajustado	12,4%	9,5%		14,0%	13,7%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
Ingresos de explotación	1.436,1	1.412,9	1,6	347,3	395,9	(12,3)
EBITDA a tipo constante	297,4	261,8	13,6	63,3	69,5	(8,9)
Margen EBITDA ajustado	20,7%	18,5%		18,2%	17,6%	
EBIT a tipo constante	179,7	134,1	34,1	51,5	54,1	(4,8)
Margen EBIT ajustado	12,5%	9,5%		14,8%	13,7%	
<b>Resultados Reportados</b>						
Ingresos de explotación	1.374,1	1.454,7	(5,5)	312,3	386,0	(19,1)
EBITDA	248,4	183,4	35,5	46,4	4,0	-
Margen EBITDA	18,1%	12,6%		14,9%	1,0%	
EBIT	120,8	28,7	-	23,9	(24,7)	196,6
Margen EBIT	8,8%	2,0%		7,6%	-6,4%	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(108,8)</b>	<b>(39,1)</b>	<b>(178,5)</b>	<b>(34,2)</b>	<b>(70,5)</b>	<b>51,5</b>
Gastos por intereses de financiación	(81,9)	(114,7)	28,6	(17,5)	(29,7)	41,1
Otros resultados financieros	(26,9)	75,6	(135,6)	(16,7)	(40,9)	59,1
<b>Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones</b>	<b>4,2</b>	<b>36,0</b>	<b>(88,5)</b>	<b>1,8</b>	<b>(1,1)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>16,2</b>	<b>25,7</b>	<b>(37,0)</b>	<b>(8,6)</b>	<b>(96,4)</b>	<b>91,1</b>
Impuesto sobre sociedades	25,3	(132,6)	119,1	(15,6)	(31,1)	49,8
<b>Resultado de operaciones en discontinuación</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(2.203,0)</b>	<b>99,9</b>	<b>(2,6)</b>	<b>(86,9)</b>	<b>97,0</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>(33,5)</b>	<b>73,1</b>	<b>(145,9)</b>	<b>(11,5)</b>	<b>61,8</b>	<b>(118,6)</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>5,3</b>	<b>(2.236,8)</b>	<b>n.a</b>	<b>(38,3)</b>	<b>(152,5)</b>	<b>74,9</b>

:

Durante el ejercicio 2015, excluyendo efectos extraordinarios y tipo de cambio:

- Los ingresos a tipo de cambio constante crecen un 1,6%.
- El EBITDA ajustado crece un 13,6%.
- Se produce una mejora significativa de márgenes

## Índice

1. **Principales magnitudes operativas**
  - a\_ Resultados del Grupo ajustados
  - b\_ Resultados del Grupo ajustados a tipo de cambio constante
  - c\_ Resultados Reportados del Grupo
  - d\_ Impactos extraordinarios y cambios en perímetro
2. **Negocio de Educación**
3. **Negocio de Radio**
4. **Negocio de Prensa**
5. **Media Capital**
6. **Ingresos de Transformación Digital**
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**
10. **Situación Patrimonial**
11. **Anexo**

## 1\_ Principales magnitudes operativas

### a\_ Resultados del Grupo ajustados

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.397,6</b>	<b>1.412,9</b>	<b>(1,1)</b>	<b>319,5</b>	<b>395,9</b>	<b>(19,3)</b>
España	573,9	545,8	5,2	108,8	108,1	0,7
Internacional	823,7	867,1	(5,0)	210,7	287,8	(26,8)
Portugal	176,7	182,4	(3,1)	52,2	50,3	3,7
Latam	646,9	684,7	(5,5)	158,5	237,5	(33,3)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>288,7</b>	<b>261,8</b>	<b>10,3</b>	<b>54,0</b>	<b>69,5</b>	<b>(22,3)</b>
España	64,6	30,7	110,4	(13,4)	(21,2)	36,9
Internacional	224,1	231,1	(3,0)	67,4	90,7	(25,7)
Portugal	42,5	46,9	(9,4)	18,4	18,6	(1,3)
Latam	181,6	184,2	(1,4)	49,0	72,1	(32,0)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	<i>20,7%</i>	<i>18,5%</i>		<i>16,9%</i>	<i>17,6%</i>	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>173,5</b>	<b>134,1</b>	<b>29,4</b>	<b>44,7</b>	<b>54,1</b>	<b>(17,4)</b>
España	24,8	(17,2)	-	(9,2)	(12,9)	28,6
Internacional	148,7	151,3	(1,8)	53,9	67,0	(19,5)
Portugal	32,7	37,7	(13,3)	21,8	18,2	19,3
Latam	115,9	113,6	2,1	32,2	48,8	(34,1)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	<i>12,4%</i>	<i>9,5%</i>		<i>14,0%</i>	<i>13,7%</i>	

### b\_ Resultados del Grupo ajustados a tipo de cambio constante

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>1.436,1</b>	<b>1.412,9</b>	<b>1,6</b>	<b>347,3</b>	<b>395,9</b>	<b>(12,3)</b>
España	573,9	545,8	5,2	108,8	108,1	0,7
Internacional	862,2	867,1	(0,6)	238,4	287,8	(17,2)
Portugal	176,7	182,4	(3,1)	52,2	50,3	3,7
Latam	685,5	684,7	0,1	186,3	237,5	(21,6)
<b>EBITDA</b>	<b>297,4</b>	<b>261,8</b>	<b>13,6</b>	<b>63,3</b>	<b>69,5</b>	<b>(8,9)</b>
España	64,6	30,7	110,4	(13,4)	(21,2)	36,9
Internacional	232,8	231,1	0,7	76,7	90,7	(15,5)
Portugal	42,5	46,9	(9,4)	18,4	18,6	(1,3)
Latam	190,3	184,2	3,3	58,3	72,1	(19,1)
<i>Margen EBITDA ajustado</i>	<i>20,7%</i>	<i>18,5%</i>		<i>18,2%</i>	<i>17,6%</i>	
<b>EBIT</b>	<b>179,7</b>	<b>134,1</b>	<b>34,1</b>	<b>51,5</b>	<b>54,1</b>	<b>(4,8)</b>
España	24,8	(17,2)	-	(9,2)	(12,9)	28,6
Internacional	154,9	151,3	2,4	60,7	67,0	(9,3)
Portugal	32,7	37,7	(13,3)	21,8	18,2	19,3
Latam	122,2	113,6	7,6	39,0	48,8	(20,1)
<i>Margen EBIT ajustado</i>	<i>12,5%</i>	<i>9,5%</i>		<i>14,8%</i>	<i>13,7%</i>	

**c\_ Resultados reportados del Grupo**
**Resultados Operativos del Grupo**

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Ingresos de explotación</b>	<b>1.374,1</b>	<b>1.454,7</b>	<b>(5,5)</b>	<b>312,3</b>	<b>386,0</b>	<b>(19,1)</b>
España	573,9	580,0	(1,0)	108,8	104,2	4,5
Portugal	176,7	183,0	(3,4)	52,2	50,9	2,5
Latam	623,4	691,7	(9,9)	151,3	230,9	(34,5)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>1.125,6</b>	<b>1.271,3</b>	<b>(11,5)</b>	<b>265,9</b>	<b>382,0</b>	<b>(30,4)</b>
España	533,1	614,9	(13,3)	124,8	180,9	(31,0)
Portugal	134,8	137,8	(2,1)	33,8	32,7	3,5
Latam	457,7	518,6	(11,7)	107,3	168,4	(36,3)
<b>EBITDA</b>	<b>248,4</b>	<b>183,4</b>	<b>35,5</b>	<b>46,4</b>	<b>4,0</b>	<b>-</b>
<i>Margen EBITDA</i>	18,1%	12,6%	-	14,9%	1,0%	-
España	40,8	(34,9)	-	(16,0)	(76,7)	79,2
Portugal	41,9	45,2	(7,4)	18,4	18,3	0,6
Latam	165,7	173,1	(4,3)	44,0	62,5	(29,6)
<b>EBIT</b>	<b>120,8</b>	<b>28,7</b>	<b>-</b>	<b>23,9</b>	<b>-24,7</b>	<b>196,6</b>
<i>Margen EBIT</i>	8,8%	2,0%	-	7,6%	-6,4%	-
España	(12,4)	(106,9)	88,4	(25,1)	(77,8)	67,7
Portugal	32,1	36,1	(11,0)	21,7	17,9	21,7
Latam	101,1	99,5	1,6	27,3	35,3	(22,6)

**d\_ Impactos extraordinarios y cambios en el perímetro de consolidación**

Se muestran a continuación los principales impactos extraordinarios:

Efectos extraordinarios	ENERO - DICIEMBRE		OCTUBRE - DICIEMBRE	
	2015	2014	2015	2014
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>23,5</b>	<b>(41,9)</b>	<b>7,2</b>	<b>9,9</b>
Ajuste patrocinios publicidad	0,0	(5,2)	0,0	(1,8)
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	23,5	25,1	7,2	10,1
Deducciones I+D Digital	0,0	3,3	0,0	3,3
Ediciones Generales	0,0	(65,0)	0,0	(1,6)
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>(16,8)</b>	<b>(120,2)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(55,6)</b>
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(30,9)	(45,9)	(4,5)	(7,1)
Ajuste patrocinios publicidad	0,0	(5,2)	0,0	(1,8)
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	14,2	13,2	4,1	3,8
Sentencia MediaPro	0,0	(45,0)	0,0	(45,0)
Ediciones Generales	0,0	(37,3)	0,0	(5,5)
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provisiones</b>	<b>(12,4)</b>	<b>(27,0)</b>	<b>(13,3)</b>	<b>(13,3)</b>
Fondo de comercio	(0,4)	(7,0)	(0,4)	(0,3)
Ediciones Generales	0,0	(7,7)	0,0	0,0
Ajuste perímetro de consolidación - Mx & CR	1,0	1,1	0,1	0,2
Otros deterioros	(13,0)	(13,3)	(13,0)	(13,3)

**a) Patrocinios de Publicidad:** Los ingresos y gastos derivados del patrocinio de determinados eventos de 2014 se consideraron extraordinarios, aunque el ajuste no tuvo impacto a nivel EBITDA.

**b) Cambio del perímetro de consolidación:** desde 2013, las cuentas del Grupo pasan a registrar el resultado de las participaciones de Prisa Radio en México y Costa Rica por puesta en equivalencia. En los datos ajustados se incluye el efecto de estos resultados.

**c)** En junio de 2014 se procedió a la **venta de la división de Ediciones Generales** y por tanto ha salido del perímetro de consolidación (hasta entonces formaba parte de Santillana).

**d) Indemnizaciones y otros no recurrentes:** El gasto extraordinario por indemnizaciones baja con respecto a 2014. En 2015 se han registrado 31 millones de euros frente a 46 millones de euros en el mismo periodo del año anterior.

**e) Otros deterioros fiscales:** esta cantidad corresponde con un gasto de 13 millones de euros como consecuencia de la baja de deducciones fiscales como consecuencia de la actualización del plan fiscal del grupo.



## 2\_ Negocio de Educación

### EDUCACIÓN

Millones de euros

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>642,8</b>	<b>651,6</b>	<b>(1,4%)</b>	<b>97,7</b>	<b>173,1</b>	<b>(43,5%)</b>
España	139,6	116,4	19,9%	(20)	(18)	(11,9%)
Internacional	503,2	535,2	(6,0%)	117,5	190,7	(38,4%)
Portugal	5,8	7,2	(18,7%)	0,3	0,8	(65,1%)
Latam	497,3	528,0	(5,8%)	117,3	190,0	(38,3%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>171,7</b>	<b>158,0</b>	<b>8,6%</b>	<b>(4,2)</b>	<b>21,6</b>	<b>(119,5%)</b>
España	31,4	20,4	53,9%	(38)	(33)	(17,3%)
Internacional	140,3	137,6	1,9%	34,1	54,3	(37,1%)
Portugal	1,0	1,1	(8,8%)	(0,7)	(0,6)	(16,3%)
Latam	139,3	136,6	2,0%	34,8	54,9	(36,6%)
% margen ajustado	26,7%	24,3%		-4,3%	12,5%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>95,2</b>	<b>87,0</b>	<b>9,4%</b>	<b>(3,7)</b>	<b>16,8</b>	<b>(122,3%)</b>
% margen ajustado	14,8%	13,4%		(3,8%)	9,7%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>671,4</b>	<b>651,6</b>	<b>3,0%</b>	<b>119,7</b>	<b>173,1</b>	<b>(30,8%)</b>
España	139,6	116,4	19,9%	(20)	(17,7)	(11,9%)
Internacional	531,8	535,2	(0,6%)	139,5	190,7	(26,9%)
Portugal	5,8	7,2	(18,7%)	0,3	0,8	(65,1%)
Latam	525,9	528,0	(0,4%)	139,2	190,0	(26,7%)
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>175,2</b>	<b>158,0</b>	<b>10,9%</b>	<b>2,4</b>	<b>21,6</b>	<b>(88,7%)</b>
España	31,4	20,4	53,9%	(38)	(33)	(17,3%)
Internacional	143,8	137,6	4,5%	40,8	54,3	(24,9%)
Portugal	1,0	1,1	(8,8%)	(0,7)	(0,6)	(16,3%)
Latam	142,8	136,6	4,6%	41,4	54,9	(24,5%)
% margen ajustado	26,1%	24,3%		2,0%	12,5%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>96,0</b>	<b>87,0</b>	<b>10,3%</b>	<b>0,11</b>	<b>16,8</b>	<b>(99,3%)</b>
% margen ajustado	14,3%	13,4%		0,1%	9,7%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>642,8</b>	<b>716,6</b>	<b>(10,3%)</b>	<b>97,7</b>	<b>174,6</b>	<b>(44,0%)</b>
España	139,6	148,7	(6,1%)	(19,8)	(20,2)	1,9%
Internacional	503,2	567,9	(11,4%)	117,5	194,8	(39,7%)
<b>Gastos de explotación</b>	<b>475,7</b>	<b>545,9</b>	<b>(12,9%)</b>	<b>103,8</b>	<b>159,6</b>	<b>(35,0%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>167,2</b>	<b>170,7</b>	<b>(2,1%)</b>	<b>(6,0)</b>	<b>15,0</b>	<b>(140,3%)</b>
% margen	26,0%	23,8%		(6,2%)	8,6%	
<b>EBIT</b>	<b>88,7</b>	<b>85,1</b>	<b>4,2%</b>	<b>(7,5)</b>	<b>10,1</b>	<b>(174,5%)</b>
% margen	13,8%	11,9%		(7,7%)	5,8%	
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>						
	<b>0,0</b>	<b>65,0</b>		<b>0,0</b>	<b>1,6</b>	
Ediciones Generales	0,0	43,4		0,0	4,0	
Ediciones Generales plusvalía	0,0	21,6		0,0	(2,5)	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>						
	<b>4,5</b>	<b>52,4</b>		<b>1,8</b>	<b>8,2</b>	
Indemnizaciones	4,5	14,7		1,8	2,3	
Ediciones Generales	0,0	36,9		0,0	5,7	
Ediciones Generales	0,0	0,8		0,0	0,2	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>						
	<b>2,0</b>	<b>14,5</b>		<b>2,0</b>	<b>0,0</b>	
Otros deterioros	2,0	6,8		2,0	0,0	
Ediciones Generales	0,0	7,7		0,0	0,0	

\*En 2014 "Otros deterioros" corresponde al fondo de comercio.

En el 4T estanco, la evolución de resultados se ha visto afectada por el adelanto de parte de la venta institucional de Brasil al 3T de 2015 que en 2014 y años anteriores se produjo en el 4T y por el fuerte impacto de los tipos de cambio en el 4T estanco versus total año, y por las mayores devoluciones en España por una mayor campaña.

En **junio de 2014** se procedió a la venta de la **división Ediciones Generales**, hecho que causó su salida del perímetro de consolidación.

Desde el mes de julio de 2014 esta **actividad no forma parte de los resultados** del Negocio de Educación de Prisa.

El impacto de dicha transacción se recoge en la tabla de **efectos extraordinarios como Ediciones Generales**, adjunta más arriba. Esto supone ajustar las cifras del ejercicio 2014, eliminando dicha actividad de las cuentas de Educación.

Los ajustes de Ediciones Generales afectan a ingresos, gastos e incluyen la plusvalía generada por la venta y el deterioro del fondo de comercio de la actividad de Ediciones Generales en Brasil.

### a\_ Posición de mercado

**Santillana, el negocio de educación 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% (prior Campaign data).

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%	1
Brasil	22,2%	1
México	15,5%	1
Argentina	30,5%	1
Chile	36,7%	1
Colombia	18,2%	1
Portugal	6,1%	3

Fuente: Estimaciones internas, datos a final de 2015, excepto México y España

### b\_ Ingresos de explotación

Los **ingresos de Educación** en el año 2015 se han visto afectados por los siguientes factores:

- El año de **ciclo bajo en el que se encuentra Brasil** en la ventas institucionales.
- Elevado **grado de adopción de la reforma** educativa en España.
- La **evolución de los tipos de cambio**, ha tenido un impacto negativo en ingresos de 28,6 millones de euros y en EBITDA de 3,5.
- La **venta de la división de Ediciones Generales** en el mes de junio de 2014 que impacta en los resultados acumulados de 2014 recogidos en las tablas adjuntas y figuran como ajustes a las cifras de dicho ejercicio.

**En la evolución de ingresos del año 2015 cabe destacar:**

- a) **La campaña en España** donde se ha completado la adopción de la nueva ley en los cursos de primaria y en secundaria con un alto grado de implantación. Todo esto junto con un buen desempeño comercial ha llevado a un crecimiento de los ingresos en +20% y EBITDA del +54%.

b) **El resultado operativo en LatAm**, donde las campañas en general han tenido una evolución positiva en la mayoría de países en moneda local. Destacamos:

- **Brasil**, cuyos ingresos caen un -8% en moneda local por ser 2015 el año de ciclo bajo de las ventas institucionales pero con un buen comportamiento en la campaña regular.
- **Argentina**, que ha registrado un crecimiento del 56,7% con un buen comportamiento de las ventas institucionales.
- **México**, que crece un +1,5% en moneda local pese a no tener renovación de sus programas.

**Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y COMPARTIR)** continúan su expansión en Latinoamérica, creciendo un 28,8% el número de alumnos hasta los 813.752. La facturación total de UNO y COMPARTIR alcanzó los 120 millones de euros (+10%); +16,5% en moneda local.

**El tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo de 28,6 millones de euros en ingresos y de 3,5 millones de euros en EBITDA.

Excluyendo este impacto y ajustado por extraordinarios, los ingresos ajustados crecen un 3%.

**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:

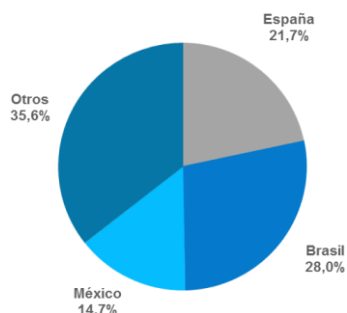
	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Total Santillana</b>	642,8	651,6	-1,4%	97,7	173,1	-43,5%
<b>Educación tradicional y Compartir</b>	570,7	577,8	-1,2%	77,5	150,4	-48,5%
España	139,6	116,4	19,9%	-19,8	-17,7	-11,9%
Brasil	148,0	191,6	-22,8%	51,7	119,6	-56,8%
México	64,6	62,6	3,2%	0,6	-1,0	153,9%
Otros países	218,5	207,2	5,5%	44,9	49,4	-9,2%
<b>Sistema UNO</b>	72,1	73,8	-2,4%	20,3	22,6	-10,4%

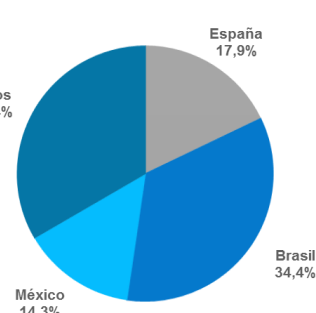
	INGRESOS AJUSTADOS A TIPO DE CAMBIO CONSTANTE			INGRESOS AJUSTADOS A TIPO DE CAMBIO CONSTANTE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Total Santillana</b>	671,4	651,6	3,0%	119,7	173,1	-30,8%
<b>Educación tradicional y Compartir</b>	592,4	577,8	2,5%	95,8	150,4	-36,3%
España	139,6	116,4	19,9%	-19,8	-17,7	-11,9%
Brasil	169,2	191,6	-11,7%	67,2	119,6	-43,9%
México	64,2	62,6	2,6%	0,6	-1,0	154,1%
Otros países	219,4	207,2	5,9%	47,8	49,4	-3,3%
<b>Sistema UNO</b>	79,0	73,8	7,0%	23,9	22,6	5,5%

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

Enero-diciembre 2015



Enero-diciembre 2014



### c\_ Gastos de explotación y capex

Los **gastos de explotación ajustados** descienden un **-4,6%** en el 2015 hasta alcanzar los **471 millones de Euros. (+0,5% de crecimiento a tipo de cambio constante).**

En cuanto a las **inversiones**, **Santillana** ha realizado inversiones totales por **59,2 millones de euros** en 2015 versus 55,7 millones de euros en 2014 (+6,2% en euros o + 11,7% a moneda constante)

### d\_ EBITDA

El **EBITDA ajustado** de educación en 2015 alcanzó 171,7 millones de euros (+8,6%).

El tipo de cambio ha afectado negativamente en -3,5 millones de euros, por lo que a tipo de cambio constante, el negocio de educación habría alcanzado 175,2 millones de euros, creciendo el EBITDA ajustado un +10,9%.

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:

	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Total Santillana</b>	171,7	158,0	8,6%	-4,2	21,5	-119,5%
<b>Educación tradicional y Compartir</b>	151,1	136,8	10,5%	-12,7	14,1	-190,2%
* España	31,4	20,4	53,9%	-38,3	-32,7	-17,3%
Brasil	45,9	53,0	-13,4%	26,2	49,6	-47,1%
México	14,5	15,0	-3,8%	-5,3	-7,7	32,0%
Otros países	59,3	48,3	22,8%	5,3	5,9	-9,8%
<b>Sistema UNO</b>	20,6	21,3	-3,0%	8,5	7,5	13,8%
<b>EBITDA ajustados a tipo de cambio constante</b>						
<b>Total Santillana</b>	175,2	158,0	10,9%	2,4	21,5	-88,7%
<b>Educación tradicional y Compartir</b>	151,8	136,8	11,0%	-7,5	14,1	-153,0%
* España	31,4	20,4	53,9%	-38,3	-32,7	-17,3%
Brasil	49,6	53,0	-6,4%	34,1	49,6	-31,2%
México	14,4	15,0	-3,9%	-5,6	-7,7	27,4%
Otros países	56,4	48,3	16,6%	3,0	5,9	-48,7%
<b>Sistema UNO</b>	23,4	21,3	10,0%	9,9	7,5	32,6%

\* España incluye los gastos del centro corporativo.

### 3\_ Negocio de Radio

RADIO Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>338,3</b>	<b>330,2</b>	<b>2,4%</b>	<b>98,4</b>	<b>102,2</b>	<b>(3,7%)</b>
España	189,8	175,5	8,2%	56,0	53,5	4,7%
Latam	138,0	145,9	(5,4%)	37,8	44,6	(15,2%)
Ajustes y Otros	10,5	8,8		4,5	4,0	
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>74,8</b>	<b>65,8</b>	<b>13,8%</b>	<b>31,5</b>	<b>28,8</b>	<b>9,5%</b>
España	29,1	16,9	72,4%	14,6	10,8	35,2%
Latam	44,2	47,5	(7,0%)	14,9	16,9	(11,9%)
Ajustes y Otros	1,5	1,4		2,0	1,1	
% margen ajustado	22,1%	19,9%		32,0%	28,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>62,6</b>	<b>52,8</b>	<b>18,7%</b>	<b>30,0</b>	<b>27,6</b>	<b>8,9%</b>
% margen ajustado	18,5%	16,0%		30,5%	27,0%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>346,7</b>	<b>330,2</b>	<b>5,0%</b>	<b>103,5</b>	<b>102,2</b>	<b>1,3%</b>
España	189,8	175,5	8,2%	56,0	53,5	4,7%
Latam	146,4	145,9	0,3%	42,9	44,6	(3,7%)
Ajustes y Otros	10,5	8,8		4,5	4,0	
<b>EBITDA ajustado a tipo de cambio constante</b>	<b>79,6</b>	<b>65,8</b>	<b>21,0%</b>	<b>33,9</b>	<b>28,8</b>	<b>17,9%</b>
España	29,1	16,9	72,4%	14,6	10,8	35,2%
Latam	49,0	47,5	3,0%	17,3	16,9	2,3%
Ajustes y Otros	1,5	1,4		2,0	1,1	
% margen ajustado	23,0%	19,9%		32,8%	28,1%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>67,7</b>	<b>52,8</b>	<b>28,4%</b>	<b>32,7</b>	<b>27,6</b>	<b>18,6%</b>
% margen ajustado	19,5%	16,0%		31,6%	27,0%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>314,8</b>	<b>305,1</b>	<b>3,2%</b>	<b>91,1</b>	<b>91,8</b>	<b>(0,7%)</b>
Publicidad	278,5	272,9	2,1%	79,0	80,2	(1,4%)
<i>España</i>	170,0	157,3	8,1%	50,0	47,8	4,6%
<i>Internacional</i>	108,5	115,3	(5,9%)	29,0	32,3	(10,0%)
<i>Otros*</i>	0,0	0,3	(93,6%)	0,0	0,1	(92,3%)
Otros	36,2	32,2	12,5%	12,1	11,6	4,2%
<b>Gastos de explotación</b>	<b>260,1</b>	<b>259,4</b>	<b>0,3%</b>	<b>64,2</b>	<b>72,1</b>	<b>(11,0%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>54,7</b>	<b>45,7</b>	<b>19,6%</b>	<b>26,9</b>	<b>19,7</b>	<b>37,0%</b>
% margen	17,4%	15,0%		29,6%	21,4%	
<b>EBIT</b>	<b>42,3</b>	<b>24,8</b>	<b>70,3%</b>	<b>24,4</b>	<b>9,7</b>	<b>150,2%</b>
% margen	13,4%	8,1%		26,7%	10,6%	
<i>* Incluye Música y Ajustes de consolidación</i>						
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>(23,5)</b>	<b>(25,1)</b>		<b>(7,2)</b>	<b>(10,4)</b>	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	(23,5)	(25,1)		(7,2)	(10,4)	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(5,1)</b>		<b>(2,7)</b>	<b>(1,3)</b>	
Indemnizaciones	9,6	6,5		1,1	2,4	
Indemnizaciones Colaboradores	1,2	1,6		0,4	0,3	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	(14,2)	(13,2)		(4,1)	(4,0)	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>	<b>0,2</b>	<b>7,9</b>		<b>1,1</b>	<b>8,8</b>	
Ajuste Perímetro de Consolidación - Mx & CR	(1,0)	(1,1)		(0,1)	(0,2)	
Deterioros y Pérdidas de Inmovilizado	1,2	9,0		1,2	9,0	

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

### 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 4.512 miles de oyentes** (cuota de mercado del 38% 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 21% y el 17% respectivamente.**

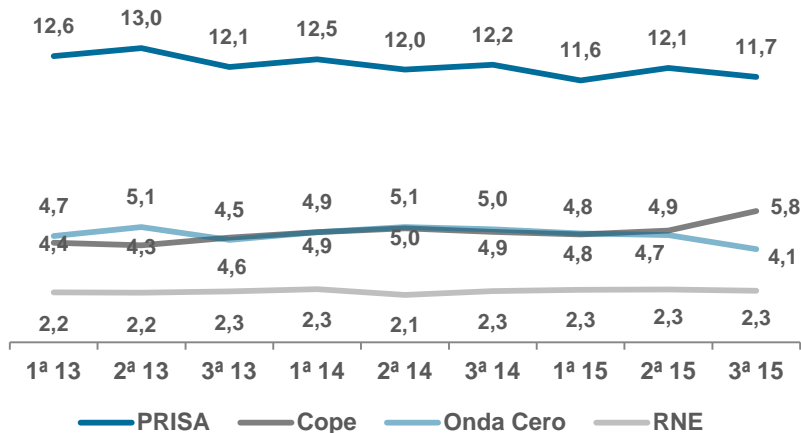
Se detalla a continuación el número de oyentes de las emisoras de Radio en España:

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Tercera ola 2015	Posición	Cuota
<b>Radio Generalista</b>	<b>4.512</b>	<b>1</b>	<b>38%</b>
Cadena SER	4.512		38%
<b>Radio Musical</b>	<b>7.198</b>	<b>1</b>	<b>50%</b>
40 Principales	3.079		21%
Dial	2.421		17%
Máxima FM	623		4%
M80	560		4%
Radiolé	515		4%
<b>Total</b>	<b>11.710</b>		

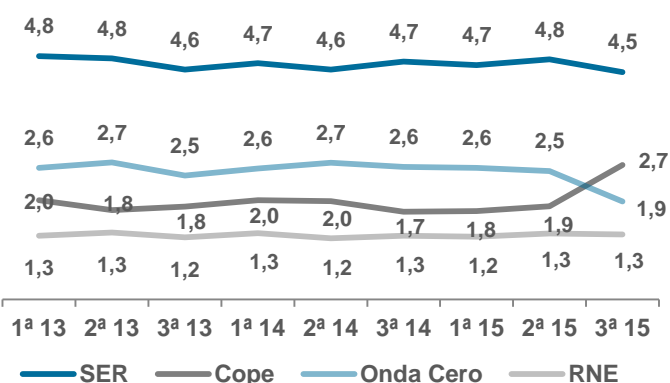
Fuente: EGM Tercera Ola 2015

La 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.

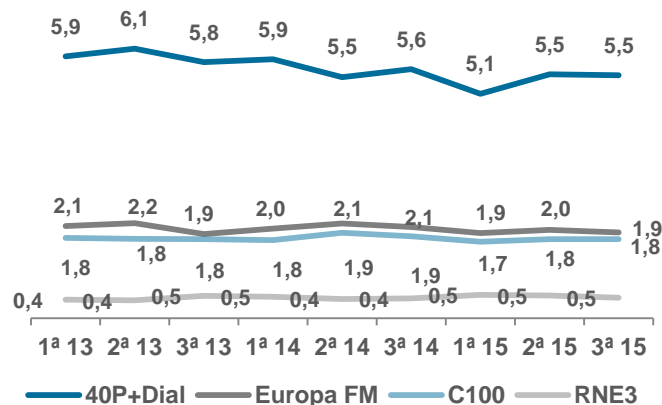
#### Evolución de la audiencia de Radio en el mercado de España (millones de oyentes)



#### Cadena Ser



#### 40 principales + Dial

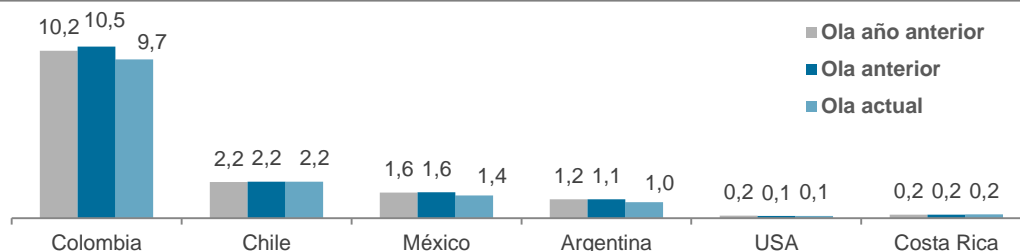


En cuanto a la radio internacional, Prisa Radio mantiene el liderazgo en Chile y en Colombia (cuotas de 48%

y 35% respectivamente) y la segunda posición en México (15%). El detalle de la posición de mercado de las principales emisoras de radio internacionales de se detalla a continuación según la última información disponible (enero-diciembre 2015):

Miles de Oyentes	Oyentes		
	Tercera ola 2015	Posición	Cuota
Colombia	9.684	1	35%
Chile	2.231	1	48%
México	1.385	2	15%

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



Fuente: ECAR (Colombia), IPSOS (Chile), INRA (México), IBOPE (Argentina), última información disponible a enero-diciembre 2015

#### b\_ Ingresos de explotación

En el 2015, **los ingresos ajustados de la radio** alcanzaron los **338 millones de euros**, lo que supone un incremento del +2,4% comparados con los ingresos del año anterior. Este incremento se debe al aumento de la venta de **publicidad en España** (+8,1%) y a la caída de la facturación en Latinoamérica (-5,4%).

Sin embargo, los ingresos en moneda local en LatAm permanecen prácticamente planos (+0,3%) en el año.

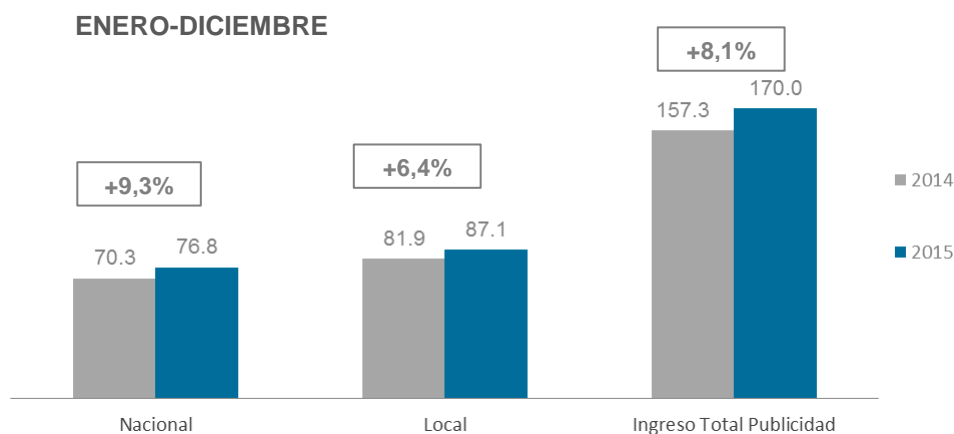
Colombia supone el 54% de los ingresos de la unidad en Latinoamérica y ha registrado un crecimiento del 8% en moneda local en el 4T 2015.

**El impacto de los tipos de cambio**, ha sido negativo en -8,4 millones de euros en ingresos y en -4,8 millones en EBITDA

#### Ingresos de Radio por origen geográfico:

a) **España:** Los ingresos ajustados (sin incluir Música e incluyendo Servicios Centrales) de Radio en España alcanzan 190 millones de euros en 2015 (+8,2 % versus 2014).

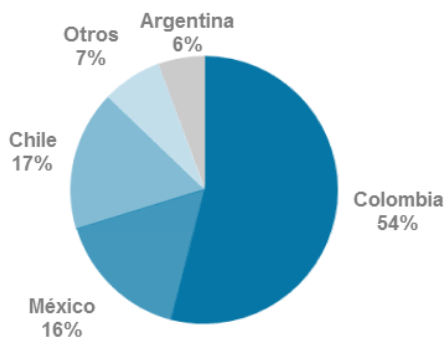
- **Los ingresos publicitarios totales de España** alcanzan los 170 millones de euros y aumentan un +8,1%. La publicidad local continúa su tendencia de crecimiento en 2015 (+6,4%), con 18 meses consecutivos de crecimiento. La publicidad en cadena también creció un 9,3% respecto a 2014.



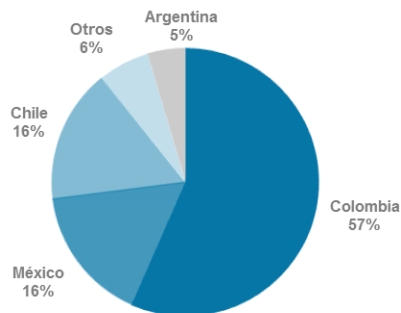
- b) **Internacional:** Los ingresos ajustados de Radio Internacional, incluyendo México y Costa Rica, alcanzan **138 millones de euros** en 2015 (-5,4% versus 2014), si bien han estado afectados por la volatilidad de las monedas y en moneda local se han mantenido prácticamente planos (+0,3%).

**Contribución internacional de los distintos países a Radio Internacional (%)**

**Enero – diciembre 2015**



**Enero – diciembre 2014**



**c\_ Gastos de explotación y capex**

Los gastos de explotación ajustados en 2015 se han mantenido planos con respecto a 2014 (-0,4%); +1% a tipo de cambio constante

En cuanto a las inversiones, Radio ha realizado inversiones de 13,04 millones de euros en 2015 frente a 7,47 en 2014.

**d\_ EBITDA**

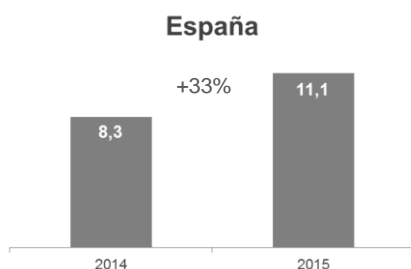
El **EBITDA** ajustado de Radio ha sido positivo en **74,81 millones** de euros en 2015, lo que se compara con un EBITDA de 65,75 millones en 2014. El crecimiento operativo es del +13,8% en euros o + 21% en moneda local.

**Destaca** la mejora del **EBITDA ajustado de España**, que **crece un 72,4%** en 2015 hasta alcanzar los 29 millones de Euros frente a 16,9 millones de euros en 2014.

**e\_ Desarrollo Digital**

**Durante 2015, ha continuado el fuerte crecimiento de los navegadores únicos** a las páginas web internacionales de radio del Grupo (datos a diciembre 2015, últimos disponibles): los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España crecen un +33% y alcanzan 11,1 millones de media. En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos según Omniture crecen un 86% y alcanzan 18,6 millones de media. En total, los navegadores únicos de Prisa Radio alcanzan 29,7 millones y crecen un 61,6%.

**Navegadores únicos (millones)**





## 4\_ Negocio de Prensa

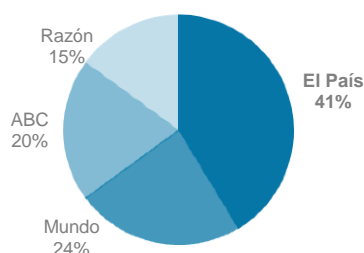
PRENSA Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>Ingresos ajustados</b>	<b>241,3</b>	<b>255,0</b>	<b>(5,4%)</b>	<b>70,7</b>	<b>70,5</b>	<b>0,3%</b>
<i>Publicidad</i>	111,1	104,2	6,7%	37,0	34,7	6,9%
<i>Circulación</i>	96,1	109,0	(11,8%)	23,8	26,3	(9,3%)
<i>Promociones y otros</i>	34,0	41,9	(18,8%)	9,9	9,6	3,1%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>16,5</b>	<b>14,6</b>	<b>12,8%</b>	<b>10,1</b>	<b>9,4</b>	<b>7,6%</b>
% margen ajustado	6,8%	5,7%		14,2%	13,3%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>8,3</b>	<b>(3,9)</b>	<b>—</b>	<b>7,7</b>	<b>5,3</b>	<b>44,2%</b>
% margen ajustado	3,4%	-1,5%		10,8%	7,5%	
<b>Resultados de explotación ajustados a tipo constante</b>						
<b>Ingresos ajustados a tipo de cambio constante</b>	<b>241,3</b>	<b>255,0</b>	<b>(5,4%)</b>	<b>70,7</b>	<b>70,5</b>	<b>0,3%</b>
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>16,5</b>	<b>14,6</b>	<b>12,8%</b>	<b>10,1</b>	<b>9,4</b>	<b>7,6%</b>
% margen ajustado	6,8%	5,7%		14,2%	13,3%	
<b>EBIT ajustado</b>	<b>8,3</b>	<b>(3,9)</b>	<b>—</b>	<b>7,7</b>	<b>5,3</b>	<b>44,2%</b>
% margen ajustado	3,4%	-1,5%		10,8%	7,5%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	<b>241,3</b>	<b>260,2</b>	<b>(7,3%)</b>	<b>70,7</b>	<b>72,3</b>	<b>(2,2%)</b>
<i>Publicidad</i>	111,1	109,4	1,6%	37,0	36,5	1,5%
<i>Circulación</i>	96,1	109,0	(11,8%)	23,8	26,3	(9,3%)
<i>Promociones y otros</i>	34,0	41,9	(18,8%)	9,9	9,6	3,1%
<b>Gastos de explotación</b>	<b>234,9</b>	<b>258,8</b>	<b>(9,2%)</b>	<b>61,0</b>	<b>63,9</b>	<b>(4,4%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>6,4</b>	<b>1,5</b>	<b>—</b>	<b>9,7</b>	<b>8,5</b>	<b>14,9%</b>
% margen	2,7%	0,6%		13,7%	11,7%	
<b>EBIT</b>	<b>(6,5)</b>	<b>(21,6)</b>	<b>70,1%</b>	<b>2,6</b>	<b>(0,1)</b>	<b>—</b>
% margen	-2,7%	-8,3%		3,7%	-0,2%	
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>						
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,0	5,2		0,0	1,8	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>						
Indemnizaciones	10,1	13,2		0,4	0,9	
Ajuste Patrocinios Publicidad	0,0	5,2		0,0	1,8	
<b>Efectos extraordinarios en amort. y provs.</b>						
Otros deterioros	4,7	4,6		4,7	4,6	

### a\_ Posición de mercado

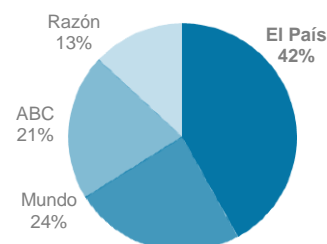
El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 41% según los últimos datos disponibles de OJD (diciembre 2015).

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

Enero – Diciembre 2015



Enero – Diciembre 2014



Fuente: OJD diciembre 2015, último disponible

### b\_ Ingresos de explotación

El área de prensa ha reducido sus ingresos en un **-7,3% en 2015** alcanzando los 241,3 millones de euros. No obstante, cabe destacar la mejora en el 4T donde la publicidad continúa mostrando recuperación, el descenso de la circulación se modera y los eventos muestran un mejor comportamiento.

Los ingresos de publicidad alcanzan los 111 millones de euros, creciendo un +6,7% (El País, +11,9%; AS, +6,7%; Cinco Días +7,6%). El crecimiento de la publicidad digital y el crecimiento de los eventos más que compensan la caída de publicidad tradicional. Aquí su desglose:

- Los ingresos de publicidad digital crecieron un +27,1% en el periodo y representan ya el 36% del total de ingresos publicitarios de la división.
- Los eventos durante el año aumentan un +21,3%.  
Los ingresos de publicidad no digital disminuyeron un -4%.

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE-DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Publicidad</b>	<b>111,1</b>	<b>104,2</b>	<b>6,7%</b>	<b>37,0</b>	<b>34,7</b>	<b>6,9%</b>
No digital	<b>64,9</b>	67,6	(4,0%)	<b>20,6</b>	23,0	(10,7%)
Digital	<b>40,5</b>	31,8	27,1%	<b>13,7</b>	10,0	37,4%
Eventos	<b>5,8</b>	4,7	21,3%	<b>2,7</b>	1,6	66,7%
<i>Ajustados por patrocinios de publicidad</i>						

Los ingresos por circulación alcanzan los **96 millones**, con una caída del -11,8 %. La caída de la circulación se modera en el 4T respecto a los primeros meses del año y se ve compensada parcialmente por incrementos de precio.

En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico según los últimos datos disponibles (OJD diciembre 2015) es la siguiente:

	2015	2014	var %
El País	221.389	259.775	-15%
AS	133.503	149.004	-10%
Cinco Días	23.207	26.655	-13%

### c\_ Gastos de explotación y Capex

Los **gastos de explotación** descienden en un **-9,2%** durante 2015. Continúa el proceso de ajuste de costes. Las indemnizaciones alcanzan los 10 millones de euros frente a los 13,2 millones de euros en 2014. **Excluyendo impactos no recurrentes**, los gastos de explotación se habrían reducido 15,6 millones de euros un **-6,5%**

El Capex de la unidad de Prensa ha sumado un total de 3,4 millones de euros durante el 2015 versus 3 millones de euros en 2014.

### d\_ EBITDA

Como consecuencia de las menores indemnizaciones registradas, el **EBITDA** reportado en 2015 triplica el de 2014, alcanzando 6,4 millones de euros versus 1,45 millones del año anterior. Se trata del primer crecimiento del margen de Prisa noticias desde 2010.

Por otra parte el **EBITDA** ajustado de 2015 supone una mejora del 12,8%, alcanzando los 16,5 millones de euros en 2015.

## e\_ Desarrollo Digital

- **Los ingresos de publicidad digital crecen un +27,1%** y representan ya un 36,4% de los ingresos publicitarios de la división.
- **Los navegadores únicos** de El País.com crecieron un + 43,6% en 2015 (últimos datos disponibles diciembre 2015) alcanzando 51 millones de media.
- **En términos de usuarios únicos**, según comScore en prensa generalista en 2015 ha aumentado un +15,3% (a diciembre de 2015, últimos datos disponibles), El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 13,5 millones de usuarios promedio mensual. Adicionalmente en prensa deportiva, As mantiene una segunda posición frente a Marca, alcanzando 6,3 millones de usuarios únicos en promedio mensual en 2015.

Según ComsCore, El País mantiene la tercera posición en España en términos de Usuarios Únicos, (después de Google y Youtube y antes de Facebook).

En cuanto al ranking mundial, la posición que ocupa el país es la 17ª, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

España PC+ Móvil Nov		Usuarios		%PC	Móvil	Solo Móvil	Alcance %	YoY p.p.
Ranking	Total Internet -PC+Móvil	únicos	YoY					
1	Google.es	29.930	0%	N/A	N/A	N/A	100%	
2	Youtube.com	21.170	-14%	N/A	N/A	N/A	71%	11,8
3	<b>EPAÍS.com</b>	<b>16.189</b>	<b>35%</b>	<b>44%</b>	<b>75%</b>	<b>56%</b>	<b>54%</b>	<b>14</b>
4	Facebook.com	15.984	-14%	N/A	N/A	N/A	70%	2,6
5	ELMUNDO.es	14.009	22%	50%	73%	49%	53%	8,5
6	Live.com	11.874	-13%	N/A	N/A	N/A	47%	8,4
7	MARCA.com	11.069	15%	45%	74%	55%	40%	5,9
8	Yahoo.es	10.814	-17%	73%	55%	27%	37%	4,7
9	Blogspot.com.es	10.757	-15%	N/A	N/A	N/A	36%	7,2
10	ABC.es	10.724	8%	41%	74%	59%	36%	6,6
							36%	2,6

PC Mundial diciembre-15		Usuarios		Alcance %	YoY p.p.
Ranking	Total Internet -PC	únicos	YoY		
	Total New spapers	1.868.557	1%		
1	XINHUA.NET.COM	711.286	-3%	38%	-3
2	PEOPLE.COM.CN	74.176	-17%	4%	-1
3	DAILYMAIL.COM.UK	58.888	-33%	3%	-2
4	CANKA.OXIA.OXI.COM	44.678	-18%	2%	-1
5	CANKA.OXIA.OXI.COM	44.639	207%	2%	2
6	NYTIMES.COM	39.355	-7%	2%	0
7	THEGUARDIAN.COM	36.634	-4%	2%	0
8	CHINADAILY.COM.CON	36.454	-33%	2%	-1
9	WASHINGTONPOST.COM	24.976	6%	1%	0
10	TELEGRAPH.CO.UK	24.618	-4%	1%	0
	CRI.CN	18.068	-15%	1%	0
17	<b>ELPAIS.COM</b>	<b>12.958</b>	<b>16%</b>	<b>1%</b>	<b>0</b>
>25	ELMUNDO.ES	9.897	1%	1%	0
>25	ABC.ES	7.429	-15%	0%	0

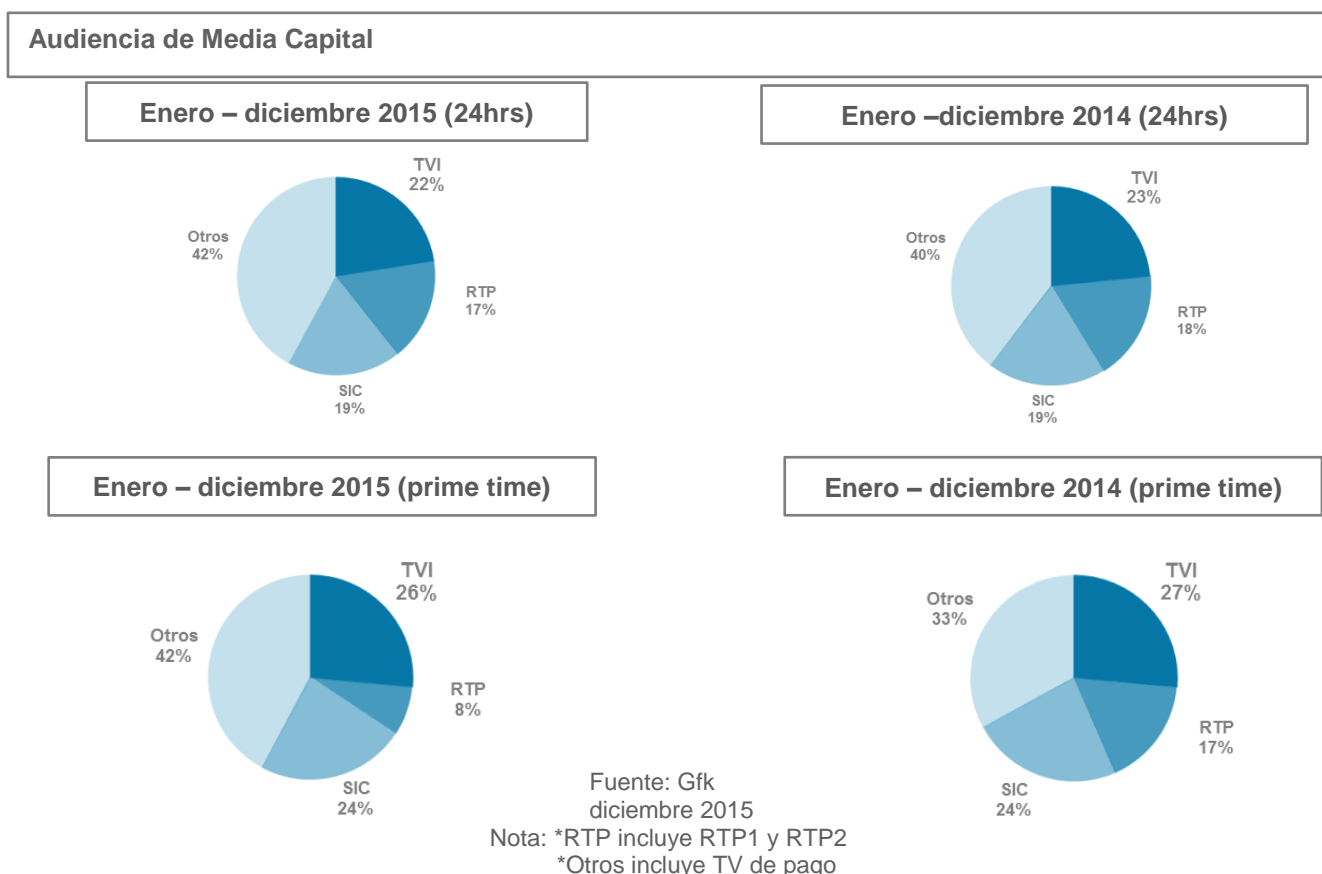
- En 2015 lanzamiento de la edición digital de As en México.

## 5\_ Media Capital

MEDIA CAPITAL Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Resultados de explotación ajustados</b>						
<b>EBITDA ajustado</b>	42,2	43,8	(3,8%)	19,2	18,4	4,3%
<i>% margen ajustado</i>	24,2%	24,4%		36,1%	35,8%	
<b>EBIT ajustado</b>	32,1	34,1	(5,9%)	15,3	15,4	(0,8%)
<i>% margen ajustado</i>	18,4%	19,0%		28,7%	29,9%	
<b>Resultados Reportados</b>						
<b>Ingresos</b>	174,4	179,8	(3,0%)	53,2	51,4	3,5%
Publicidad	116,6	114,1	2,1%	34,4	32,7	5,1%
Otros	57,8	65,6	(11,9%)	18,8	18,7	0,7%
<b>Gastos de explotación</b>	133,0	137,7	(3,4%)	34,0	33,3	2,1%
<b>EBITDA</b>	41,4	42,1	(1,7%)	19,2	18,1	6,0%
<i>% margen</i>	23,7%	23,4%		36,0%	35,2%	
<b>EBIT</b>	31,0	32,4	(4,6%)	14,9	15,1	(1,5%)
<i>% margen</i>	17,8%	18,0%		27,9%	29,3%	
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>						
Indemnizaciones	0,8	1,7		0,0	0,3	
	0,8	1,7		0,0	0,3	

### a\_ Posición de mercado

TVI mantiene el liderazgo en 24 horas y prime time, alcanzando una audiencias medias diarias de 22,5% y 26,5% respectivamente sobre el total de Televisión.



La cuota de audiencia consolidada de Radio de Media Capital alcanza el 34.7% en el promedio anual de audiencias de 2015.

La radio de Media Capital se mantiene número uno en el ranking en el año. El promedio de 2015 de los productos de Media Capital Radio desglosado por cadenas es el siguiente:

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 24,4%
- **M80**, la cadena de radio musical, mejora su audiencia alcanzando el 5,9%
- **Cidade FM** mantiene el liderazgo entre radios para jóvenes, tiene una audiencia del 3%

## b\_ Ingresos de explotación

Media Capital registró en 2015, unos ingresos de 174,4 millones de euros (-3% respecto a 2014):

- ✓ La **publicidad** registra en el año un crecimiento del 2,1% con una mejora sustancial en el 4T que crece un 5%.
- ✓ Los **otros ingresos** registran una caída del 11,9%. La caída de las llamadas de valor añadido ha sido parcialmente compensada con la mayor distribución de canales en plataformas de pago. **TVI lanzó** en octubre **los canales de TVI África** (Multichoice - Angola y Mozambique) y **TVI Reality** (NOS - Portugal), aumentando así la presencia del Grupo en varias dimensiones críticas y reforzando sus ventajas estratégicas.

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en 2015 unos ingresos de 141,6 millones de euros versus 147.3 millones en 2014. Pese a que la publicidad en el canal también ha registrado crecimiento (+1,4%), no ha compensado la caída en las llamadas de valor añadido (-38,1%), que vuelven a niveles de 2011.
- ✓ El negocio de **Radio de Media Capital** sigue creciendo en ingresos.

## c\_ Gastos de explotación y Capex

Los gastos de explotación ajustados se redujeron en un -2,8% en 2015. Media Capital mantiene un capex de 5,5 millones de euros en 2015 versus 5,2 millones en 2014.

## d\_ EBITDA

El EBITDA ajustado alcanza los 42 Millones de euros. El crecimiento moderado de la publicidad, el incremento de ingresos derivado de los acuerdos de distribución de canales en plataformas de pago y el ajuste en gastos han permitido compensar la mayor parte del impacto de las menores llamadas de valor añadido.

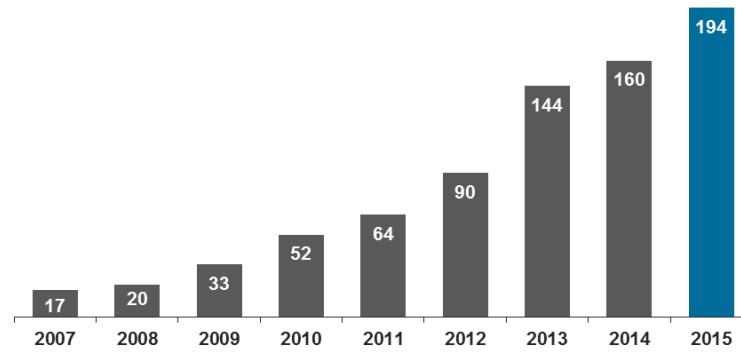
## e\_ Desarrollo digital

- Los ingresos de publicidad digitales alcanzan 3 millones de euros en 2015, siendo el 90% de los ingresos digitales totales.
- Los navegadores únicos de las páginas web de Media Capital crecieron un +10,1%, alcanzando 5,7 millones de media a diciembre de 2015 (últimos datos disponibles según Netscope).
- 2015 ha estado marcado por el lanzamiento de TVI Player, un servicio que consiste en una plataforma propia optimizada para la visualización de programas y videos del universo TVI en un entorno digital

## 6\_ Ingresos de Transformación Digital

Los ingresos de transformación en el grupo, comparados con 2014, se incrementan un **+20,7%** en el año hasta alcanzar los 193,5 millones de euros.

Su evolución desde 2007 se muestra a continuación:

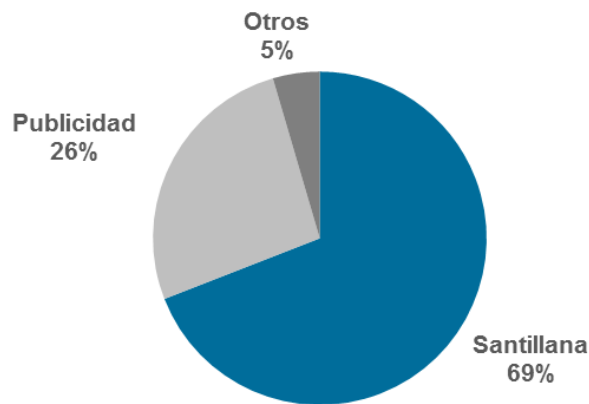


Los Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir), continúan su desarrollo incrementando el número de alumnos en Latinoamérica llegando a los 813.752 (+28,8% YoY). Sus ingresos en moneda local crecen +16,5%.

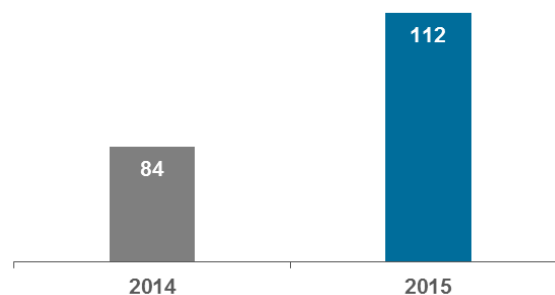
La publicidad digital aumenta un **+22%** en el año, hasta alcanzar los 51 millones de euros en el ejercicio:

En el negocio de prensa, la publicidad digital sigue creciendo y **representa ya un 36,4 %** de los ingresos publicitarios.

El desglose de los ingresos de transformación es:



La media mensual de navegadores únicos de los sites del Grupo crece un **33,5%** en 2015, alcanzando los 112 millones.



## 7\_ De EBIT a Resultado Neto

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			OCTUBRE - DICIEMBRE		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>EBIT</b>	<b>120,8</b>	<b>28,7</b>	<b>-</b>	<b>23,9</b>	<b>(24,7)</b>	<b>196,6</b>
Margen EBIT	8,8%	2,0%		7,6%	0,0%	
<b>Resultado Financiero</b>	<b>(108,8)</b>	<b>(39,1)</b>	<b>(178,5)</b>	<b>(34,2)</b>	<b>(70,5)</b>	<b>51,5</b>
Gastos por intereses de financiación	(81,9)	(114,7)	28,6	(17,5)	(29,7)	41,1
Otros resultados financieros	(26,9)	75,6	(135,6)	(16,7)	(40,9)	59,1
<b>Resultado puesta en equivalencia y otras inversiones</b>	<b>4,2</b>	<b>36,0</b>	<b>(88,5)</b>	<b>1,8</b>	<b>(1,1)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>16,2</b>	<b>25,7</b>	<b>(37,0)</b>	<b>(8,6)</b>	<b>(96,4)</b>	<b>91,1</b>
Impuesto sobre sociedades	25,3	(132,6)	119,1	(15,6)	(31,1)	49,8
<b>Resultado de operaciones en discontinuación</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(2.203,0)</b>	<b>99,9</b>	<b>(2,6)</b>	<b>(86,9)</b>	<b>97,0</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>(33,5)</b>	<b>73,1</b>	<b>(145,9)</b>	<b>(11,5)</b>	<b>61,8</b>	<b>(118,6)</b>
<b>Resultado Neto</b>	<b>5,3</b>	<b>(2.236,8)</b>	<b>n.a</b>	<b>(38,3)</b>	<b>(152,5)</b>	<b>74,9</b>

### a\_ Resultado financiero:

Durante 2015 se han registrado menores **gastos por intereses de financiación** por importe de 28,6 millones de euros como consecuencia de la reducción de deuda.

En los **otros resultados financieros** se ha registrado una menor quita de deuda respecto al mismo periodo del año anterior por importe de 153.5 millones (45,2 millones de beneficio de quitas en 2015 versus 198,7 millones en 2014) y mayores gastos de formalización de deuda ( amortización del coste de la refinanciación de 2013), como consecuencia de los repagos de deuda.

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

Los resultados por puesta en equivalencia incluyen los resultados de Radio México y Costa Rica, en 2015 y 2014. En 2014 incluían 27,4 millones de Mediaset

### c\_ Impuesto de sociedades

El impuesto sobre sociedades registra un ingreso por impuestos de 25,3 millones de euros, que incluye un crédito fiscal consecuencia de la venta de la participación de Canal+ por importe de 54 millones.

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

Este epígrafe recoge el resultado derivado de las operaciones de DTS hasta la aprobación administrativa de la operación de venta del 56% del Grupo Prisa en la compañía.

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

Corresponde a las participaciones de los socios minoritarios de Santillana y Prisa Radio. En 2014 incluía 92 millones de DTS.

## 8 Posición Financiera

### a Estado de flujos de efectivo

Millones de €	2015	2014	Var.
<b>EFFECTIVO Y OTROS MEDIOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES AL INICIO</b>	<b>152,4</b>	<b>139,3</b>	<b>13,1</b>
EBITDA (excluye indemnizaciones) -provisiones	257,8	201,9	55,8
Variación del circulante	-24,3	-11,4	-12,9
Pago indemnizaciones	-28,2	-34,3	6,1
Impuesto de sociedades	-36,8	-33,6	-3,1
Otros flujos y ajustes de las actividades de explotación	-0,4	-23,9	23,5
<b>CASH FLOW DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>168,1</b>	<b>98,7</b>	<b>69,4</b>
Capex/ Desinversiones	-78,8	-72,5	-6,2
<b>CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN (I)</b>	<b>89,3</b>	<b>26,2</b>	<b>63,1</b>
Inmovilizado financiero	883,3	543,2	340,1
<b>CASH FLOW DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN (II)</b>	<b>883,3</b>	<b>543,2</b>	<b>340,1</b>
Operaciones de capital y otras emisiones	61,6	99,6	-37,9
Pago de intereses	-49,4	-50,2	0,9
Pago de dividendos	-4,3	-25,8	21,5
Cobro de dividendos	8,1	4,5	3,5
Amortización /Disposición de deuda	-786,3	-544,4	-241,9
Otros flujos de las actividades de financiación	-15,0	-17,8	2,8
<b>CASH FLOW DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN (III)</b>	<b>-785,2</b>	<b>-534,1</b>	<b>-251,1</b>
Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros (IV)	-20,8	-19,0	-1,8
<b>CASH FLOW DE LAS ACTIVIDADES INTERRUMPIDAS (V)</b>	<b>0,0</b>	<b>-3,2</b>	<b>3,2</b>
<b>GENERACIÓN/ NECESIDAD DE TESORERÍA (CASH FLOW) (I)+ (II)+ (III)+ (IV)+ (V)</b>	<b>166,6</b>	<b>13,1</b>	<b>153,4</b>
<b>EFFECTIVO Y OTROS MEDIOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES AL FINAL</b>	<b>319,0</b>	<b>152,4</b>	<b>166,6</b>



## Cash flow de inversión

Detalle de **Capex** por unidad de negocio:

€ Millones	2015	2014	Var. 2015/2014
<b>Educación</b>	-59,2	-59,6	0,4
<b>Radio</b>	-12,0	-6,5	-5,6
<b>Prensa</b>	-3,4	-3,0	-0,4
<b>Media Capital</b>	-5,5	-5,2	-0,3
<b>Otros</b>	-0,4	0,0	-0,4
<b>Capex (inversión)</b>	<b>-80,5</b>	<b>-74,2</b>	<b>-6,3</b>
<b>Capex (desinversión)</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>0,1</b>
<b>Total GRUPO PRISA</b>	<b>-78,8</b>	<b>-72,5</b>	<b>-6,2</b>

## Inmovilizado financiero

- En 2015 se incluyen las desinversiones realizadas por PRISA:
  - Mediaset España: venta en 2015 del 3,63% por 162,2 millones de euros. En 2014 se recogía la venta del 13,68% de la sociedad por 481,93 millones de euros.
  - DTS: en mayo de 2015 se recibe un cobro inicial de 565,45 millones de euros y en noviembre de 2015 se cobran 122,76 millones de euros adicionales, netos del pago de ciertos costes asociados a la operación por 6,55 millones de euros.

## Cash flow de financiación

En 2015 se incluyen los fondos procedentes de la **ampliación de capital** suscrita en el mes de noviembre por International Media Group S.à.r.l., por 64,0 millones de euros, netos de costes. En 2014 se incluyen los fondos de la ampliación suscrita por Consorcio Transportista Occher, por importe de 100,0 millones de euros, netos de costes, así como la entrada de efectivo por la emisión de warrants.

En pago de dividendos se incluyen los dividendos pagados a los socios minoritarios de Santillana (DLJ), Media Capital, Diario As y Radio en Colombia. En 2014 se recoge el pago del dividendo preferente de Santillana que se abonó a DLJ; el correspondiente a 2015 se ha registrado como otros pasivos corrientes en el balance de situación a 31 de diciembre de 2015.

El **cobro de dividendos** recoge el importe recibido del negocio de Radio en México.

Dentro del detalle de la **amortización/disposición de deuda** por negocios, 784 corresponden a la amortización de deuda realizada con los fondos procedentes de la venta de Mediaset, Canal+ y Ediciones Generales.

**b\_Posición financiera bancaria total**

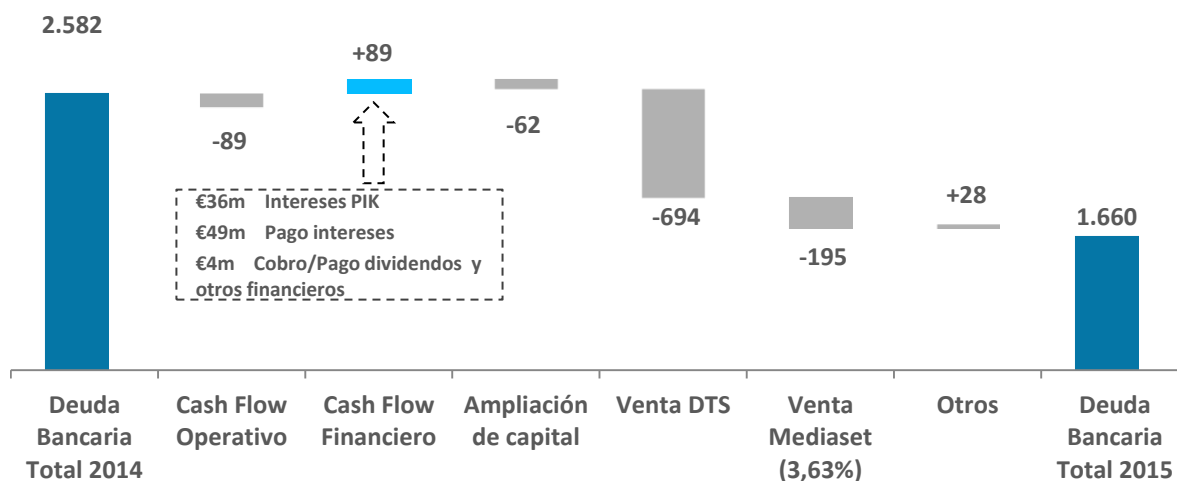
Millones de euros	2015	2014	Var.
Deuda con entidades de crédito	2.008,5	2.754,3	-745,7
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-319,0	-152,4	-166,6
Inversiones financieras corrientes	-78,1	-127,9	49,8
<b>Deuda neta bancaria</b>	<b>1.611,4</b>	<b>2.473,9</b>	<b>-862,5</b>
Gastos de formalización	48,3	108,3	-60,0
<b>Deuda bancaria total</b>	<b>1.659,7</b>	<b>2.582,2</b>	<b>-922,6</b>

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

El desglose de la deuda neta bancaria a diciembre de 2015 por Compañía es el siguiente:

(€ mill)	2015	2014	Var.
<b>Prisa Holding</b>	<b>1.483,6</b>	<b>2.419,8</b>	<b>-936,2</b>
-Deuda con entidades de crédito	1.800,0	2.600,7	-800,7
<i>Tramo 1</i>	0,0	371,8	-371,8
<i>Tramo 2</i>	956,5	646,7	309,8
<i>Tramo 3</i>	275,4	1.029,4	-754,0
<i>PPL</i>	534,4	509,9	24,5
<i>Deuda Subordinada</i>	31,1	31,1	0,0
<i>Otros</i>	2,5	11,7	-9,2
-Caja + IFT	-316,4	-180,9	-135,5
<b>Educación</b>	<b>64,3</b>	<b>47,6</b>	<b>16,7</b>
<b>Radio</b>	<b>-2,8</b>	<b>-7,3</b>	<b>4,5</b>
<b>Prensa</b>	<b>-13,0</b>	<b>-12,5</b>	<b>-0,6</b>
<b>Media Capital</b>	<b>112,7</b>	<b>114,8</b>	<b>-2,2</b>
<b>Otros</b>	<b>15,0</b>	<b>19,8</b>	<b>-4,8</b>
<b>Total deuda neta bancaria ajustada</b>	<b>1.659,7</b>	<b>2.582,2</b>	<b>-922,6</b>

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



## 9\_Operaciones de Venta de Activos

### a\_ Operación Venta de Mediaset España

Durante el 2015, PRISA, procedió a la colocación de un paquete de acciones de Mediaset España, representativas del 3,63% (14.787.426 acciones) del capital social de dicha compañía.

### b\_ Operación Venta de DTS

Con fecha 30 de abril de 2015, se cerró la venta de DTS a Telefónica.

Durante el ejercicio 2015 Telefónica ha abonado a Prisa 688 millones de euros. A 31 de Diciembre de 2015 quedaban pendientes de resolver 2 ajustes al precio por importe de 36 millones de euros

En Febrero de 2016 se ha resuelto el primero de ellos a favor de Prisa por importe de 7 millones de euros. El segundo, por importe de 29 millones de euros, se resolverá en el 2º trimestre de 2016.

En el caso de que este segundo ajuste también se resuelva de manera favorable a Prisa, se completará el cobro de los 724 millones de euros del precio total registrado por Prisa

## 10\_Situación Patrimonial

Durante el ejercicio 2015 el Grupo ha continuado reforzando su estructura de capital mediante el aumento de capital suscrito y desembolsado íntegramente en el mes de noviembre por International Media Group S.à.r.l., por importe de 64.000 miles de euros.

Esta operación ha contribuido significativamente al restablecimiento del equilibrio patrimonial de Prisa a 31 de diciembre de 2015, que en el pasado se vio afectado por las pérdidas derivadas del registro del acuerdo de venta del 56% de DTS y que originó la conversión automática de deuda del Tramo 3 en préstamo participativo, tal y como se recoge en los acuerdos de financiación del Grupo

A 31 de diciembre de 2015, el patrimonio neto de la sociedad dominante a efectos de la causa de disolución y/o reducción de capital prevista en la Ley de Sociedades de Capital (incluyendo los préstamos participativos vigentes al cierre) es de 166.886 miles de euros, siendo este importe superior a las dos terceras partes de la cifra del capital social.

Adicionalmente, en enero de 2016 Prisa ha alcanzado un acuerdo con algunos de sus principales acreedores para llevar a cabo una emisión de bonos necesariamente convertibles en acciones ordinarias mediante el canje de deuda financiera de la compañía por importe mínimo de 100.185 miles de euros, para el que existe un compromiso irrevocable de suscripción, y máximo de 150.000 miles de euros

Este acuerdo está sujeto a la aprobación de la Junta General de Accionistas, a la obtención de la certificación expedida como informe especial por el auditor de cuentas de la Sociedad de acuerdo a la Ley de Sociedades de Capital y el preceptivo informe del Auditor de Cuentas distinto al de la Sociedad designado por el Registro Mercantil y a que no tenga lugar ningún cambio material adverso en la situación financiera de Prisa y no se produzca la suspensión o limitación material de la cotización de las acciones de la sociedad. La autorización requerida por parte de los acreedores financieros de la sociedad se ha obtenido en el mes de febrero de 2016.

**11\_Anexo****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\_ Entorno de mercado**

**1\_Balance de Situación**

Millones de euros	ACTIVO	
	31/12/2015	31/12/2014
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.336,7</b>	<b>1.536,7</b>
Inmovilizado material	127,9	142,7
Fondo de comercio	577,3	600,0
Inmovilizado inmaterial	129,1	137,2
Inversiones financieras no corrientes	30,9	185,6
Sociedades puestas en equivalencia	42,8	46,1
Activos por impuestos diferidos	425,2	421,3
Otros activos no corrientes	3,6	3,8
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>1.026,6</b>	<b>936,0</b>
Existencias	153,5	159,2
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	439,6	496,5
Inversiones financieras corrientes	114,5	127,9
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	319,0	152,4
<b>ACTIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>0,0</b>	<b>1.118,8</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2.363,4</b>	<b>3.591,6</b>
Millones de euros	PASIVO	
	31/12/2015	31/12/2014
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>(394,6)</b>	<b>(617,8)</b>
Capital suscrito	235,0	215,8
Reservas	(701,8)	1.544,6
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	5,3	(2.236,8)
Socios Externos	66,9	(141,3)
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>2.176,5</b>	<b>2.984,5</b>
Deudas con entidades de crédito	1.907,8	2.645,5
Otros pasivos financieros no corrientes	131,8	118,4
Pasivos por impuestos diferidos	36,5	60,0
Provisiones	59,7	116,0
Otros pasivos no corrientes	40,7	44,7
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>581,5</b>	<b>606,3</b>
Deudas con entidades de crédito	100,8	108,8
Otros pasivos financieros corrientes	23,1	0,9
Acreedores comerciales	296,1	317,5
Otras deudas corrientes	138,8	133,5
Ajustes por periodificación	22,8	45,7
<b>PASIVOS MANTENIDOS PARA LA VENTA</b>	<b>0,0</b>	<b>618,5</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2.363,4</b>	<b>3.591,6</b>

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

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

### a\_ Desglose de ingresos ajustados

#### a1\_ Detalle de ingresos ajustados por U.N

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
Millones de euros										
Media Capital	174,4	179,8	(3,0)	12,5%	12,7%	53,2	51,4	3,5	16,7%	13,0%
Educación - Editorial	642,8	651,6	(1,4)	46,0%	46,1%	97,7	173,1	(43,5)	30,6%	43,7%
España y Portugal	145,2	123,0	18,0			(19,8)	(17,5)	(13,0)		
Latam y USA	497,6	528,6	(5,9)			117,5	190,6	(38,3)		
Radio	338,3	330,2	2,4	24,2%	23,4%	98,4	315,2	(68,8)	30,8%	79,6%
Radio España	189,8	175,5	8,2			56,0	53,5	4,7		
Radio Internacional	138,0	146,0	(5,5)			37,8	44,6	(15,3)		
Música	20,5	20,3	1,0			7,9	7,0	12,1		
Ajustes de consolidación	(10,1)	(11,5)	12,8			(3,3)	210,0	(101,6)		
Prensa	241,3	255,0	(5,4)	17,3%	18,0%	70,7	70,5	0,3	22,1%	17,8%
El País	171,0	176,7	(3,2)			51,9	49,5	4,9		
AS	50,1	55,1	(9,1)			13,6	13,6	(0,1)		
Otros	20,1	23,2	(13,0)			5,2	7,4	(29,8)		
Otros y ajustes de consolidación	0,8	(3,8)	121,9	0,1%	(0,3%)	(0,5)	(214,3)	99,8	(0,2%)	(54,1%)
Prisa Brand Solutions	19,3	19,0	1,4			4,9	4,7	4,0		
Otros***	(18,4)	(22,8)	19,1			(5,4)	(219,0)	97,5		
<b>TOTAL</b>	<b>1.397,6</b>	<b>1.412,9</b>	<b>(1,1)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>319,5</b>	<b>395,9</b>	<b>(19,3)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

#### a2\_ Detalle de ingresos ajustados por concepto

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
<b>Total ingresos de explotación ajustados</b>	<b>1.397,6</b>	<b>1.412,9</b>	<b>(1,1)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>319,5</b>	<b>395,9</b>	<b>(19,3)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Publicidad	520,7	506,4	2,8	37,3%	35,8%	154,3	152,0	1,5	48,3%	38,4%
Libros y formación	630,7	630,2	0,1	45,1%	44,6%	94,6	166,8	(43,3)	29,6%	42,1%
Periódicos y revistas	96,1	106,8	(10,0)	6,9%	7,6%	23,8	25,8	(7,7)	7,5%	6,5%
Other revenues	150,0	169,5	(11,5)	10,7%	12,0%	46,8	51,3	(8,9)	14,6%	13,0%
Promociones	18,6	28,2	(34,1)	1,3%	2,0%	5,8	5,9	(1,3)	1,8%	1,5%
Producción audiovisual	28,4	24,2	17,3	2,0%	1,7%	9,3	6,6	42,7	2,9%	1,7%
Other revenues and adjustments	103,3	117,0	(11,7)	7,4%	8,3%	31,9	38,9	(18,0)	10,0%	9,8%
<b>Efectos extraordinarios en ingresos</b>	<b>(23,5)</b>	<b>41,9</b>				<b>(7,2)</b>	<b>(9,9)</b>			
Ajuste patrocinios publicidad	0,0	5,2				0,0	1,8			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(23,5)	(25,1)				(7,2)	(10,1)			
Ediciones Generales	0,0	(3,3)				0,0	(3,3)			
Trade Publishing	0,0	65,0				0,0	1,6			

### b\_ Desglose de ingresos publicitarios ajustados

#### b1\_ Detalle de publicidad ajustada por zona geográfica

PUBLICIDAD AJUSTADA	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
Millones de euros										
<b>TOTAL</b>	<b>520,7</b>	<b>506,4</b>	<b>2,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>154,3</b>	<b>152,0</b>	<b>1,5</b>	<b>100%</b>	<b>100,0%</b>
España	271,7	255,4	6,4			83,8	80,6	3,9		
Internacional	249,0	251,0	(0,8)			70,6	71,3	(1,1)		
Portugal	116,6	114,1	2,2			34,4	32,7	5,1		
Latam	132,5	136,9	(3,3)			36,2	38,6	(6,3)		
0,0	0,0	-								
<b>España</b>	<b>271,7</b>	<b>255,4</b>	<b>6,4</b>	<b>52,2%</b>	<b>50,4%</b>	<b>83,8</b>	<b>80,6</b>	<b>3,9</b>	<b>54,3%</b>	<b>53,1%</b>
Prensa	111,1	104,2	6,7			37,0	34,7	6,9		
Radio	170,0	157,3	8,1			50,0	47,8	4,6		
Ajustes de consolidación	(9,5)	(6,1)	(55,0)			(3,3)	(1,8)	1,7		
<b>Internacional</b>	<b>249,0</b>	<b>251,0</b>	<b>(0,8)</b>	<b>47,8%</b>	<b>49,6%</b>	<b>70,6</b>	<b>69,3</b>	<b>1,6</b>	<b>45,7%</b>	<b>45,6%</b>
Portugal	116,6	114,1	2,2			34,4	32,7	5,1		
Media Capital	116,6	114,1	2,1			34,4	32,7	5,1		
Latam	132,5	136,9	(3,3)			36,2	38,6	(6,3)		
Prensa	1,6	0,9	91,5			0,5	0,3	60,7		
Radio	131,6	136,5	(3,6)			36,1	38,7	(6,6)		
Otros y Ajustes de consolidación	(0,8)	(0,5)	(80,4)			15,2	14,3	6,4		

\* 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 ajustados

### c1\_ Detalle de gastos de explotación ajustados por U.N

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

GASTOS DE EXPLOTACIÓN AJUSTADOS	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
Millones de euros										
Media Capital	132,2	136,0	(2,8)	11,9%	11,8%	34,0	33,0	3,0	12,8%	10,1%
Educación - Editorial	471,1	493,6	(4,6)	42,5%	42,9%	101,9	151,4	(32,7)	38,4%	46,4%
España y Portugal	112,0	102,7	9,0			19,0	17,8	6,8		
Latam y USA	359,1	390,9	(8,1)			83,0	133,7	(37,9)		
Radio	263,5	264,5	(0,4)	23,8%	23,0%	66,9	286,6	(76,7)	25,2%	87,8%
Radio España	160,7	158,6	1,3			41,4	42,7	(3,0)		
Radio Internacional	93,8	98,3	(4,6)			22,9	27,7	(17,2)		
Música y otros	19,0	19,1	(0,7)			5,8	6,1	(4,8)		
Ajustes de consolidación	(10,1)	(11,5)	12,8			(3,3)	210,0	(101,6)		
Prensa	224,8	240,4	(6,5)	20,3%	20,9%	60,7	61,1	(0,8)	22,8%	18,7%
El País	164,9	172,3	(4,3)			45,6	43,8	4,3		
AS	43,3	47,8	(9,4)			11,0	11,4	(3,5)		
Otros	16,6	20,3	(18,2)			4,0	5,9	(33,0)		
Otros y ajustes de consolidación	17,3	16,7	3,8	1,6%	1,4%	2,0	(205,8)	101,0	0,8%	(63,0%)
Prisa Brand Solutions	17,6	17,9	(1,4)			4,7	4,6	1,7		
Otros***	(0,3)	(1,2)	75,0			(2,7)	(210,4)	98,7		
<b>TOTAL</b>	<b>1.108,9</b>	<b>1.151,1</b>	<b>(3,7)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>265,5</b>	<b>326,4</b>	<b>(18,7)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

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

### c2\_ Detalle de gastos de explotación ajustados por concepto

Millones de euros	ENERO - DICIEMBRE			% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
<b>Total gastos de explotación ajustados</b>	<b>1.108,9</b>	<b>1.151,1</b>	<b>(3,7)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>265,5</b>	<b>326,4</b>	<b>(18,65)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Compras y consumos	212,8	245,8	(13,4)	19,2%	21,4%	43,8	74,8	(41,4)	16,5%	22,9%
Servicios exteriores	498,4	502,5	(0,8)	44,9%	43,7%	124,7	141,5	(11,9)	47,0%	43,4%
Gastos de personal	383,0	388,8	(1,5)	34,5%	33,8%	92,6	105,9	(12,6)	34,9%	32,4%
Otros gastos de explotación	14,7	14,1	4,3	1,3%	1,2%	4,4	4,2	4,0	1,7%	1,3%
<b>Efectos extraordinarios en gastos</b>	<b>16,8</b>	<b>120,2</b>				<b>0,4</b>	<b>55,6</b>			
Redundancias contractors	29,8	38,3				4,1	6,7			
Indemnizaciones	1,2	1,6				0,4	0,3			
Ajuste patrocinios publicidad	0,0	5,2				0,0	1,8			
Ajuste perímetro radio Méjico y Costa Rica	(14,2)	(13,2)				(4,1)	(3,8)			
Complemento jubilación no recurrente	0,0	6,0				0,0	0,0			
Ediciones Generales	0,0	37,3				0,0	5,5			

## d\_ Desglose de EBITDA ajustado

EBITDA AJUSTADO	ENERO - DICIEMBRE			MARGEN		% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
Millones de euros												
Media Capital	42,2	43,8	(3,8)	24,2%	24,4%	14,6%	16,7%	19,2	18,4	4,3	35,6%	26,5%
Educación - Editorial	171,7	158,0	8,6	26,7%	24,3%	59,5%	60,4%	(4,2)	21,6	(119,5)	(7,8%)	31,1%
España y Portugal	33,2	20,3	63,4					(38,7)	(35,3)	(9,9)		
Latam y USA	138,5	137,7	0,6					34,5	56,9	(39,3)		
Radio	74,8	65,8	13,8	22,1%	19,9%	25,9%	25,1%	31,5	28,6	10,1	58,3%	41,2%
Radio España	29,1	16,9	72,4					14,6	10,8	35,2		
Radio Internacional	44,2	47,7	(7,3)					14,9	16,9	(12,2)		
Música y otros	1,5	1,2	27,8					2,0	0,9	127,4		
Prensa	16,5	14,6	12,8	6,8%	5,7%	5,7%	5,6%	10,1	9,4	7,6	18,6%	13,5%
El País	6,1	4,4	37,7					6,3	5,7	9,9		
AS	6,8	7,3	(6,7)					2,6	2,2	18,2		
Otros	3,5	2,8	24,4					1,2	1,5	(16,8)		
Otros y ajustes de consolidación	(16,5)	(20,5)	19,5	(1982,0%)	539,0%	(5,7%)	(7,8%)	(2,5)	(8,5)	69,9	(4,7%)	(12,2%)
Prisa Brand Solutions	1,7	1,1	46,5					0,2	0,1	147,8		
Otros***	(18,1)	(21,6)	16,0					(2,7)	(8,6)	68,1		
<b>TOTAL</b>	<b>288,7</b>	<b>261,8</b>	<b>10,29</b>	<b>20,7%</b>	<b>18,5%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>54,0</b>	<b>69,5</b>	<b>(22,30)</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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

Radio internacional incluye México y Costa Rica.

## e\_ Desglose de EBIT ajustado

EBIT AJUSTADO	ENERO - DICIEMBRE			MARGEN		% DEL TOTAL		OCTUBRE - DICIEMBRE			% DEL TOTAL	
	2015	2014	Var. %	2015	2014	2015	2014	2015	2014	Var. %	2015	2014
Millones de euros												
<b>Media Capital</b>	32,1	34,1	(5,9)	18,4%	19,0%	18,5%	25,5%	15,3	15,4	(0,8)	34,2%	28,4%
<b>Educación - Editorial</b>	95,2	87,0	9,4	14,8%	13,4%	54,9%	64,9%	(3,7)	16,8	(122,3)	(8,4%)	31,0%
España y Portugal	23,7	7,0	-					(26,6)	(22,2)	(20,1)		
Latam y USA	71,5	80,0	(10,6)					22,9	39,0	(41,3)		
<b>Radio</b>	62,6	52,8	18,7	18,5%	16,0%	36,1%	39,3%	30,0	27,5	9,4	67,1%	50,7%
Radio España	22,3	9,1	144,7					13,7	9,8	39,8		
Radio Internacional	40,6	43,1	(5,7)					15,8	17,0	(7,1)		
Música y otros	(0,4)	0,5	(169,4)					0,5	0,7	(19,6)		
<b>Prensa</b>	8,3	(3,9)	-	3,4%	(1,5%)	4,8%	(2,9%)	7,7	5,3	44,2	17,2%	9,8%
El País	1,2	(9,5)	112,7					4,9	2,2	121,3		
AS	6,0	6,5	(7,5)					2,3	2,1	6,1		
Otros	1,1	(0,9)	-					0,5	0,9	(50,5)		
<b>Otros y ajustes de consolidación</b>	(24,8)	(36,0)	31,2	(2978,5%)	947,2%	(14,3%)	(26,8%)	(4,5)	(10,8)	58,4	(10,1%)	(20,0%)
Prisa Brand Solutions	1,3	0,9	46,3					(0,0)	(0,0)	(79,6)		
Otros***	(26,1)	(36,9)	29,3					(4,5)	(10,8)	58,5		
<b>TOTAL</b>	<b>173,5</b>	<b>134,1</b>	<b>29,40</b>	<b>12,4%</b>	<b>9,5%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>44,7</b>	<b>54,1</b>	<b>(17,37)</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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

Radio internacional incluye México y Costa Rica.



## 4\_ Otros Hechos Significativos

### a\_ Agrupación y canje de acciones

El día 22 de mayo de 2015, surtió efectos la agrupación y canje de acciones de PRISA acordados en la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 20 de abril de 2015.

En virtud de dicho acuerdo y de la reducción de capital acordada en la misma Junta General, el capital social de PRISA quedó establecido en la suma de 215.807.874 euros representado por 71.935.958 acciones de tres euros de valor nominal cada una.

La Agencia Nacional de Codificación de Valores asignó a las acciones de PRISA resultantes de la agrupación el código ISIN ES0171743901. Tendrán derecho a una acción nueva por cada treinta acciones antiguas quienes figuren legitimados como accionistas de PRISA al cierre de los mercados el día 21 de mayo de 2015.

Las nuevas acciones han sido admitidas a negociación en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) el mismo 22 de mayo de 2015. La escritura pública de reducción de capital y de agrupación y canje de acciones ha sido inscrita el 12 de mayo de 2015 en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 31513, Folio 91, Sección 8, Hoja M7674, Inscripción 627.

### b\_ Inscripción de acciones provenientes del aumento de capital

El 28 de diciembre de 2015, PRISA comunica que ha inscrito la escritura pública de la ejecución del aumento de capital por importe total de 64.000.000 euros aprobado por el Consejo de Administración celebrado el 14 de noviembre de 2015. Dicho aumento de capital ha sido íntegramente suscrito y desembolsado por International MediaGroup, S.à.r.l.

Esta escritura pública ha sido inscrita el 23 de diciembre de 2015 en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 31.513, Folio 111, Sección 8ª, Hoja M-7674, Inscripción 650ª.

Tras esta ampliación de capital, el capital social de PRISA es de 235.007.874 € representado por 78.335.958 acciones ordinarias, de 3 € de valor nominal cada una, numeradas correlativamente de la 1 a la 78.335.958.

Se solicitará la admisión a cotización de las nuevas acciones ordinarias en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo).

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

En la reunión del Consejo de Administración celebrada el 18 de diciembre de 2015, y previo informe de los Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Gobierno Corporativo, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, se han adoptado los acuerdos siguientes:

- i. Nombramiento por cooptación de Dr. Khalid Thani Abdullah Al Thani's, como consejero de la Sociedad, con la categoría de dominical en representación de International Media Group, S.à.r.l., quien ha suscrito y desembolsado la reciente ampliación de capital que se encuentra pendiente de inscripción en el Registro Mercantil.
- ii. Nombramiento por cooptación de D. Joseph Oughourlian, como consejero de la Sociedad, con la categoría de dominical en representación del accionista Amber Active Investors Limited.
- iii. Nombramiento del consejero D. Jose Luis Leal Maldonado como vocal del Comité de Auditoría.

## 5\_ Estructura del Grupo

Educación	Radio	Prensa	Audiovisual
<ul style="list-style-type: none"><li>• Educación</li><li>• Formación</li><li>• Sistemas de Enseñanza Digital</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Radio en España</li><li>• Radio Internacional</li><li>• Música y eventos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El País</li><li>• As</li><li>• Cinco Días</li><li>• Revistas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tv en abierto</li><li>• Producción audiovisual</li><li>• Vídeo</li></ul>

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

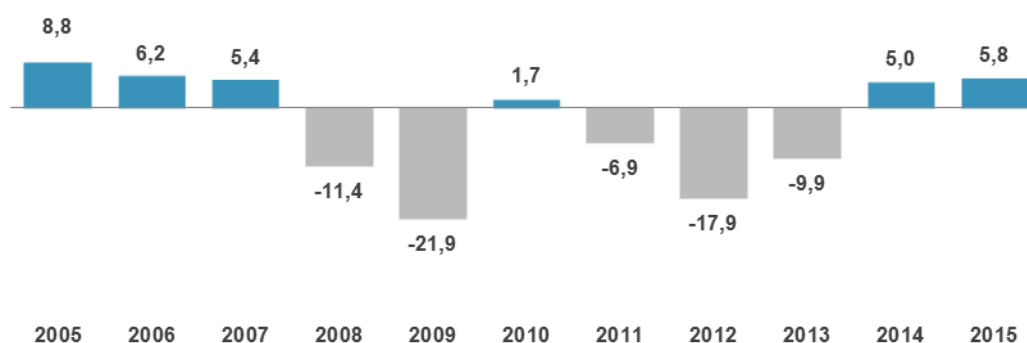
## 6\_ Entorno de mercado

### a\_ 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 -9,9% en 2013** comparado con una caída del -17,9% en 2012. Esta mejora progresiva se confirma en 2015, año en que el mercado publicitario ha registrado un crecimiento total del +5,8%.

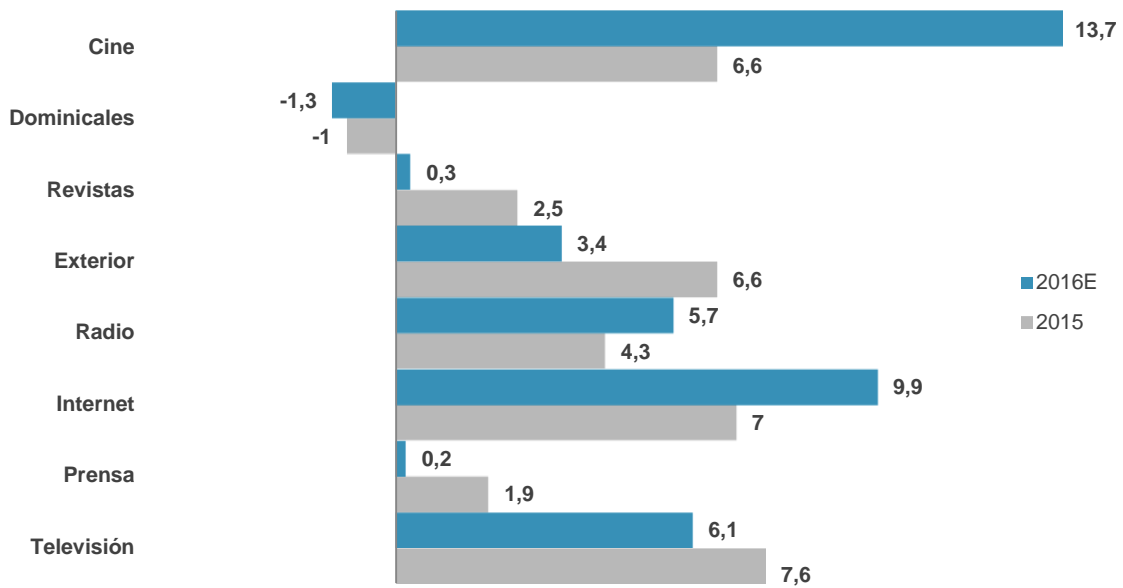
Evolución anual de la inversión publicitaria en España (%)



Fuente: i2p (enero 2016)

La evolución por sectores muestra mejora en todos los sectores salvo en dominicales

Evolución de la inversión publicitaria en España (%)

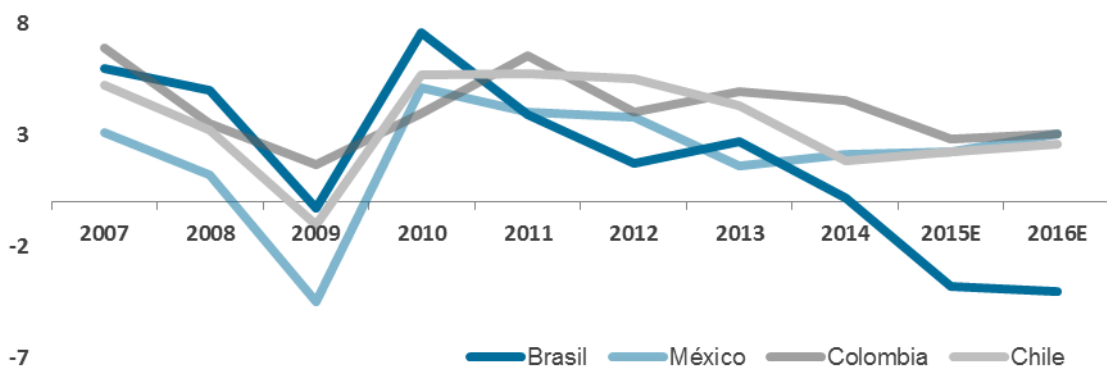


Fuente: i2p (enero 2016)

### b\_ Entorno económico de Latinoamérica

El crecimiento económico de los países en los que se encuentra expuesto el Grupo ha sido desigual en 2015, con empeoramiento de las condiciones en algunos países, especialmente Brasil. La senda de crecimiento se recupera en casi todos los países en 2015 y 2016 según las estimaciones del FMI, excepto Brasil, el cual en la última estimación a enero de 2016 continúa en recesión. Empezará a mostrar un crecimiento del 0.5% en 2017, según los últimos datos del FMI.

Evolución PIB LatAm (%)



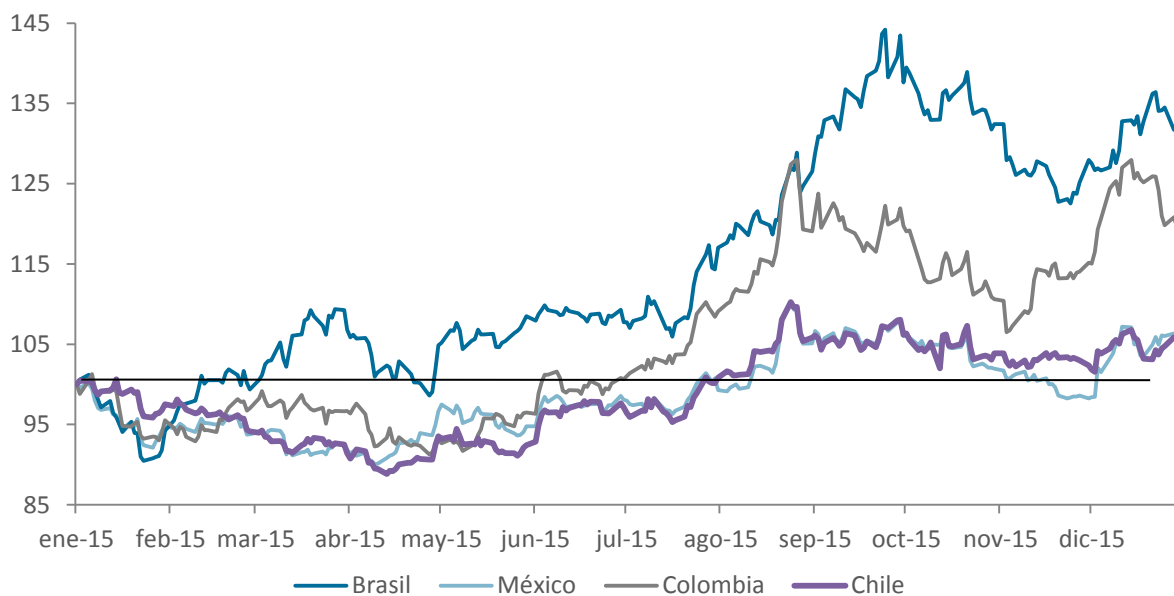
Fuente: (OCDE febrero 2016)

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se ven afectados por la evolución **del tipo de cambio en la región**, como consecuencia de la evolución del ciclo económico. La alta volatilidad del tipo de cambio para las principales divisas latinoamericanas, ha sido el factor dominante durante 2015.

Durante el tercer y cuarto trimestre de 2015, las divisas de la región muestran una depreciación siendo Brasil y Colombia las más acusadas.

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido negativo, alcanzando 38,6 y 8,6 millones de euros respectivamente.

### Evolución tipo de cambio vs Euro 2015



	Brasil	México	Colombia	Chile
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
T4 2014	3,18	17,34	2.720,13	747,23
T1 2015	3,22	16,84	2.782,63	703,37
T2 2015	3,40	16,96	2.766,99	684,08
T3 2015	3,94	18,28	3.278,24	752,61
T4 2015	4,21	18,36	3.356,73	763,97

Fuente: Bloomberg