



Resultados 1T 2018

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.

27 de abril de 2018



Índice	2
Visión general y Unidades de Negocio	3
Cuenta de resultados consolidada	4
Negocio de Educación	5
Negocio de Radio	8
Negocio de Prensa	10
Ingresos de Transformación Digital	12
Plan de eficiencia	13
De EBIT a Resultado Neto	14
Posición Financiera	15
Guidance	17
Anexo	18



VISIÓN GENERAL

El ebitda ajustado en moneda local y descontando el impacto temporal NIFF15 crece un 3%

Resultados del 1T de 2018 en línea con las expectativas de la compañía. Impacto cambiario negativo, comienzo en la implementación de las medidas de eficiencia y generación de caja operativa positiva

Resultados operativos 1T 2018, principales titulares:

- El negocio de Educación se comporta en línea con lo esperado, con impacto cambiario negativo procedente principalmente de la evolución de las monedas en Argentina y Brasil y afectado temporalmente por la entrada en vigor de la NIFF15.
- En Media, la radio muestra mejora operativa impulsada por el buen comportamiento de Latam y la prensa continúa creciendo en su desarrollo digital.
- El comienzo en la implementación del plan de eficiencia genera ahorros en gastos de 8,5 millones de euros en el 1T de 2018. El impacto en ebitda es de 6,9 millones de euros.
- El tipo de cambio ha tenido en el 1T de 2018 un impacto negativo en ingresos de -36 millones de euros y de -17 millones en ebitda.
- La deuda neta a marzo de 2018 se sitúa en 818 millones frente a 1.422 millones de euros en diciembre de 2017, tras los fondos obtenidos de la ampliación de capital y la generación de caja positiva en el 1T.

EDUCACIÓN

- El 1 de enero de 2018 ha entrado en vigor la NIFF15 que establece un nuevo modelo de reconocimiento de ingresos que supone diferir el reconocimiento de ingresos derivados de la venta de servicios a lo largo del tiempo según se vaya produciendo la prestación del servicio. Esta normativa afecta de manera temporal a los negocios de sistemas de enseñanza (UNO y Compartir) a medida que las campañas tienen lugar. La implantación de dicha norma ha supuesto en el 1T de 2018 un impacto temporal negativo en ingresos de -8,2 millones y de -4,6 millones en ebitda. Dicho impacto temporal negativo se corregirá a lo largo del ejercicio.
- El tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en el 1T de 2018 de 33 millones de euros en ingresos y de 17 millones de euros en EBITDA principalmente por la evolución de tipos en Argentina y Brasil.
- Los ingresos totales de Santillana en moneda constante y excluyendo el impacto temporal derivado de la NIFF15 permanecen estables alcanzando los 215 millones de euros.
- Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir) continúan su expansión en Latinoamérica, creciendo en número de alumnos (+8%) hasta superar el millón.
- El Ebitda comparable (85 millones de euros) excluyendo tipo de cambio y efecto temporal Niif15 crece un 2%.

MEDIA

RADIO

- Según el último EGM, Prisa Radio en España mantiene su liderazgo tanto en radio generalista como en musical.
- En España, la publicidad bruta de Prisa Radio cae un 2,4%, afectada la comparativa con el año anterior por el efecto Semana Santa. La publicidad local muestra un crecimiento del 2,1% mientras que la nacional registra una caída del 7,4%. Sin el efecto semana santa, la publicidad bruta habría permanecido estable.
- En LatAm, los ingresos totales crecen un 10,5% en moneda constante (-2,9% en euros). Destaca el buen comportamiento en moneda constante de Colombia y Chile cuyos ingresos crecen respectivamente un 13% y un 10%.
- Impacto negativo del tipo de cambio de -2,7 millones de euros en ingresos y de -0,2 millones en EBITDA.
- El EBITDA ajustado a tipo de cambio constante de la Radio mejora en 1,5 millones de euros (+27%) hasta alcanzar los 7M€ principalmente por la mejora operativa en latam.

PRENSA

- El País consolida su posición como primer diario en español en el ranking mundial de medios, y As acentúa su liderazgo en digital en América.
- Los ingresos de prensa caen un 9% en el período. El incremento de la publicidad digital y los otros negocios digitales no compensa la caída de la publicidad tradicional y la caída de la circulación.
- Los ingresos de publicidad totales caen un 5% afectados por el efecto Semana Santa (-1,5% sin el efecto). La publicidad digital crece un 2% y representa ya el 51% del total de los ingresos publicitarios. Destaca As cuyos ingresos digitales representan un 79% del total.
- En el 1T de 2018 se registran de media 125 millones de navegadores únicos con un crecimiento del 29%.
- Fuerte control de costes que bajan un -6%. Implementación del acuerdo de impresión y otras medidas que seguirán generando eficiencias a lo largo del ejercicio.
- El EBITDA ajustado de Prensa alcanza -0,7 millones de euros versus 0,9 millones en el mismo periodo de 2017.



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var.%
Resultados de Explotación Ajustados			
Ingresos de Explotación Ajustados	282,3	327,5	(13,8)
EBITDA Ajustado	65,9	85,1	(22,6)
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>23,3%</i>	<i>26,0%</i>	
EBIT Ajustado	52,4	66,1	(20,7)
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>18,5%</i>	<i>20,2%</i>	
Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante			
Ingresos de Explotación Ajustados a tipo constante	318,5	327,5	(2,8)
España	88,8	93,1	(4,6)
Internacional	229,7	234,4	(2,0)
Latam	229,7	234,4	(2,0)
Portugal	0,0	0,0	(36,8)
EBITDA Ajustado a tipo constante	83,0	85,1	(2,5)
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>26,0%</i>	<i>26,0%</i>	
EBIT Ajustado a tipo constante	67,9	66,1	2,7
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>21,3%</i>	<i>20,2%</i>	
Resultados Comparables - a tipo de cambio constante y sin efecto NIIF			
Ingresos de Explotación Comparables	326,7	327,5	(0,2)
EBITDA Ajustado Comparable	87,6	85,1	3,0
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>26,8%</i>	<i>26,0%</i>	
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	282,3	327,5	(13,8)
EBITDA	55,0	77,6	(29,1)
<i>Margen EBITDA</i>	<i>19,5%</i>	<i>23,7%</i>	
EBIT	41,5	58,6	(29,1)
<i>Margen EBIT</i>	<i>14,7%</i>	<i>17,9%</i>	
Resultado Financiero	(14,6)	(16,2)	9,8
Gastos por intereses de financiación	(11,9)	(13,5)	12,0
Otros resultados financieros	(2,8)	(2,8)	(0,8)
Resultado puesta en equivalencia	0,8	0,3	192,5
Resultado antes de impuestos	27,7	42,6	(35,0)
Impuesto sobre sociedades	12,6	16,2	(22,3)
Resultado operaciones en discontinuación	0,2	1,1	(80,5)
Resultado atribuido a socios externos	5,4	5,6	(3,4)
Resultado Neto	9,9	21,9	(54,8)

Durante el 1T de 2018 en moneda local y sin efecto NIFF15, los ingresos permanecen estables y el ebitda crece un 3%.

- Impacto cambiario negativo en ingresos de 36 millones y de 17 millones en EBITDA.
- Impacto temporal derivado de la entrada en vigor de la NIFF15 con efecto negativo en ingresos de 8,2 millones de euros y en ebitda de 4,6 millones.
- Mejora significativa en gastos derivada de la implementación del plan de eficiencia.
- Mejora de márgenes a tipo de cambio constante y excluyendo NIFF15.
- Disminución de los gastos por intereses de financiación.
- Resultado neto positivo de 9,9 millones de euros.



EDUCACIÓN

	ENERO - MARZO		
Millones de €	2018	2017	Var.%
Resultados de Explotación Ajustados			
Ingresos de Explotación	173,7	215,6	(19,4)
España	2,1	3,7	(43,9)
Internacional	171,7	211,9	(19,0)
Latam	171,6	211,9	(19,0)
Portugal	0,0	0,0	(36,8)
EBITDA Ajustado	63,0	83,0	(24,1)
España	(15,6)	(15,1)	(3,0)
Internacional	78,6	98,1	(19,9)
Latam	79,1	98,8	(19,9)
Portugal	(0,5)	(0,6)	19,1
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	36,2%	38,5%	
EBIT Ajustado	53,4	70,7	(24,4)
España	(16,2)	(15,9)	(2,2)
Internacional	69,7	86,6	(19,6)
Latam	70,2	87,2	(19,6)
Portugal	(0,5)	(0,6)	19,2
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	30,8%	32,8%	

	2018	2017	Var.%
Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante			
Ingresos de Explotación a tipo constante	206,9	215,6	(4,0)
España	2,1	3,7	(43,9)
Internacional	204,8	211,9	(3,4)
Latam	204,8	211,9	(3,3)
Portugal	0,0	0,0	(36,8)
EBITDA Ajustado a tipo constante	80,0	83,0	(3,6)
España	(15,6)	(15,1)	(3,0)
Internacional	95,6	98,1	(2,6)
Latam	96,1	98,8	(2,7)
Portugal	(0,5)	(0,6)	19,1
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	38,7%	38,5%	
EBIT Ajustado a tipo constante	69,0	70,7	(2,5)
España	(16,2)	(15,9)	(2,2)
Internacional	85,2	86,6	(1,6)
Portugal	85,7	87,2	(1,7)
Latam	(0,5)	(0,6)	19,2
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	33,3%	32,8%	

	2018	2017	Var.%
Resultados Comparables - a tipo de cambio constante y sin efecto NIIF			
Ingresos de Explotación Comparables	215,1	215,6	(0,2)
EBITDA Ajustado Comparable	84,6	83,0	2,0
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	39,3%	38,5%	

	2018	2017	Var.%
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	173,7	215,6	(19,4)
España	2,1	3,7	(43,9)
Internacional	171,7	211,9	(19,0)
Gastos de Explotación	111,9	134,0	(16,5)
EBITDA	61,8	81,6	(24,2)
<i>Margen EBITDA</i>	35,6%	37,8%	
EBIT	52,3	69,3	(24,6)
<i>Margen EBIT</i>	30,1%	32,1%	

Millones de €	2018	2017	Var.%
Efectos Extraordinarios			
Efectos extraordinarios en Gastos			---
Indemnizaciones	(1,2)	(1,4)	17,6



EDUCACIÓN

Desglose de ingresos y ebitda educacion tradicional y compartir y UNO

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
	Ingresos de Explotación		
Total Santillana	173,7	215,6	(19,4)
Educación Tradicional y Compartir	158,4	197,4	(19,8)
Campaña Sur	144,4	183,0	(21,1)
Campaña Norte	13,9	14,3	(2,8)
Sistema UNO	15,4	18,2	(15,6)
ENERO - MARZO			
	2018	2017	Var. %
Ingresos de Explotación a tipo constante			
Total Santillana	206,9	215,6	(4,0)
Educación Tradicional y Compartir	189,3	197,4	(4,1)
Campaña Sur	173,7	183,0	(5,1)
Campaña Norte	15,6	14,3	9,0
Sistema UNO	17,5	18,2	(3,7)
ENERO - MARZO			
	2018	2017	Var. %
Ingresos de Explotación a tipo contante y sin NIFF15			
Total Santillana	215,1	215,6	(0,2)
Educación Tradicional y Compartir	193,2	197,4	(2,1)
Campaña Sur	174,9	183,0	(4,5)
Campaña Norte	18,3	14,3	27,8
Sistema UNO	21,9	18,2	20,1
ENERO - MARZO			
	2018	2017	Var. %
EBITDA Ajustado			
Total Santillana	63,0	83,0	(24,1)
Educación Tradicional y Compartir	59,2	76,1	(22,2)
Campaña Sur	80,3	100,6	(20,2)
Campaña Norte	(21,1)	(24,5)	13,7
Sistema UNO	3,8	6,9	(45,1)
ENERO - MARZO			
	2018	2017	Var. %
EBITDA Ajustado a tipo constante			
Total Santillana	80,0	83,0	(3,6)
Educación Tradicional y Compartir	75,7	76,1	(0,5)
Campaña Sur	97,2	100,6	(3,4)
Campaña Norte	(21,5)	(24,5)	12,3
Sistema UNO	4,3	6,9	(37,9)
ENERO - MARZO			
	2018	2017	Var. %
EBITDA Ajustado a tipo constante y sin NIFF15			
Total Santillana	84,6	83,0	2,0
Educación Tradicional y Compartir	80,2	76,1	5,3
Campaña Sur	102,2	100,6	1,6
Campaña Norte	(22,0)	(24,5)	10,1
Sistema UNO	4,5	6,9	(35,1)



EDUCACIÓN

A_POSICIÓN DE MERCADO

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

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

PAÍS	Cuota	Posición de Mercado
España	20,1%	1
Brasil	22,3%	2
México	16,6%	1
Argentina	40,7%	1
Chile	30,7%	1
Colombia	31,7%	1

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

B_CAMBIO EN NORMATIVA: NIFF15

El 1 de enero de 2018 ha entrado en vigor la NIFF15 que establece un nuevo modelo de reconocimiento de ingresos que obliga a diferir en el tiempo los ingresos derivados de la venta de servicios: la venta y el gasto de los servicios se registrará mensualmente en doce meses desde el inicio del curso escolar. Esta normativa afecta de manera temporal a los negocios de sistemas de enseñanza a lo largo de las campañas. **La implantación de dicha norma ha supuesto en el 1T de 2018 un impacto temporal negativo en ingresos de -8,2 millones y de -4,6 millones en ebitda asociado a la campaña Sur. Dicho impacto negativo se corregirá a lo largo del ejercicio.**

C_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de Santillana en el 1T de 2018 versus 1T 2017:

- Impacto cambiario negativo.
- Efecto temporal negativo derivado de la entrada en vigor de la NIFF15.
- El 1T de 2017 fue extraordinariamente positivo:
 - Se registró una venta institucional extraordinaria en Brasil (EJA) por importe de 8 millones de euros.
 - Se produjo la venta institucional en Argentina por importe de 5 millones de euros cuyo registro en 2018 se producirá en el 2T.
 - Venta de un edificio en Barcelona en el 1T de 2017 que generó una plusvalía de 1,7 millones de euros.

En la **evolución de ingresos** del 1T de 2018 cabe destacar que las campañas se han comportado en línea con lo esperado, con un impacto cambiario significativo y afectados temporalmente por la entrada en vigor de la NIFF 15. **Excluyendo ambos efectos, los ingresos permanecen estables respecto al ejercicio anterior.**

- Las campañas del área sur:** Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay y Perú tienen lugar principalmente en el 1T del ejercicio. Estas campañas se han comportado en su conjunto en línea con lo previsto mostrando una caída del 5% en moneda local principalmente explicada por la ausencia de venta institucional extraordinaria en Brasil y el retraso en la venta institucional de Argentina que se producirá en el 2T.
- Las campañas del área norte:** España, México, Puerto Rico, República Dominicana, Ecuador, USA y Venezuela. Estas campañas tienen lugar en el 2S del ejercicio y por lo tanto tus cifras no son representativas en este trimestre.
- Los sistemas de enseñanza digitales (UNO Y Compartir)** continúan su expansión en Latinoamérica, creciendo un 8% el número de alumnos hasta sobrepasar el millón.
- El tipo de cambio** ha tenido un impacto negativo en el 1T de 2018 explicado fundamentalmente por la evolución de tipos en Brasil y Argentina. El impacto negativo ha sido de 33 millones de euros en ingresos y 17 millones de euros en EBITDA.
- El EBITDA comparable** excluyendo efecto cambiario y NIFF15 crece un 2% hasta alcanzar los 84,6 millones de euros. (+4% excluyendo la venta del edificio en 2017).



RADIO

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Resultados de Explotación Ajustados			
Ingresos de Explotación	58,8	61,0	(3,5)
España	39,9	41,7	(4,2)
Latam	19,4	20,0	(2,9)
Música	1,3	1,3	(0,0)
Ajustes y Otros	(1,9)	(2,0)	7,5
Ingresos de Explotación con MX y CR	63,5	65,7	(3,3)
EBITDA Ajustado	7,0	5,7	23,2
España	4,2	4,5	(6,6)
Latam	3,1	1,8	74,0
Música	(0,3)	(0,6)	53,0
Ajustes y Otros	(0,0)	(0,0)	(56,7)
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>11,9%</i>	<i>9,3%</i>	
EBITDA Ajustado con MX y CR	8,7	7,3	19,1
EBIT Ajustado	4,8	1,7	181,1
España	2,8	2,8	(1,8)
Latam	2,3	(0,2)	---
Música	(0,3)	(0,9)	67,8
Ajustes y Otros	(0,0)	(0,0)	(87,8)
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>8,1%</i>	<i>2,8%</i>	
EBIT Ajustado con MX y CR	6,2	3,1	102,1

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Resultados de Explotación Ajustados a tipo constante			
Ingresos de Explotación a tipo constante	61,5	61,0	0,9
España	39,9	41,7	(4,2)
Latam	22,1	20,0	10,5
Música	1,4	1,3	3,5
Ajustes y Otros	(1,9)	(2,0)	5,2
Ingresos de Explotación a TCCTE con MX y CR	66,6	65,7	1,4
EBITDA Ajustado a tipo constante	7,2	5,7	27,0
España	4,2	4,5	(6,6)
Latam	3,3	1,8	87,5
Música	(0,3)	(0,6)	48,4
Ajustes y Otros	0,0	(0,0)	---
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	<i>11,7%</i>	<i>9,3%</i>	
EBITDA Ajustado a TCCTE con MX y CR	9,0	7,3	23,8
EBIT Ajustado a tipo constante	4,9	1,7	187,4
España	2,8	2,8	(1,8)
Latam	2,4	(0,2)	---
Música	(0,3)	(0,9)	64,6
Ajustes y Otros	0,0	(0,0)	---
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	<i>7,9%</i>	<i>2,8%</i>	
EBIT Ajustado a TCCTE con MX y CR	6,4	3,1	109,3

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	58,8	61,0	(3,5)
Publicidad	54,6	55,5	(1,7)
<i>España</i>	<i>36,4</i>	<i>37,3</i>	<i>(2,5)</i>
<i>Latam</i>	<i>18,3</i>	<i>18,2</i>	<i>0,2</i>
<i>Otros</i>	<i>(0,0)</i>	<i>(0,0)</i>	<i>---</i>
Otros	4,2	5,5	(22,6)
Gastos de Explotación	56,1	58,1	(3,5)
EBITDA	2,8	2,9	(4,7)
<i>Margen EBITDA</i>	<i>4,7%</i>	<i>4,7%</i>	
EBIT	0,5	(1,1)	---
<i>Margen EBIT</i>	<i>0,9%</i>	<i>-1,8%</i>	

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Efectos Extraordinarios			
Efectos extraordinarios en Ingresos	0,0	0,0	---

Efectos extraordinarios en Gastos	(4,2)	(2,5)	(63,8)
Indemnizaciones	(4,2)	(2,5)	(63,8)

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



RADIO

A_POSICIÓN DE MERCADO

En **España**, destaca la fortaleza competitiva de la Radio a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y Máxima FM). Según el último informe de EGM, **Cadena Ser mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 4.235 miles de oyentes** (cuota de mercado del 35% de la radio generalista en España). **Los40 mantiene el primer puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 21%.**

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

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Primera Ola 2018*	Posición de Mercado	Cuota
TOTAL ESPAÑA*	9.739		
RADIO GENERALISTA	4.235	1	35%
Cadena Ser	4.235		35%
RADIO MUSICAL*	5.923	1	43%
Los 40	2.935		21%
Dial	2.158		16%
M80	440		3%
Máxima FM	323		2%
Radiolé	397		3%

*Se estiman duplicidades

Fuente: EGM Primera Ola 2018

En cuanto a **la radio internacional**,

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Tercera Ola 2017*	Posición de Mercado	Cuota
Colombia	7.436	1	27%
Chile	2.376	1	41%
México	1.701	2	15%

*Media móvil anual

Fuente: ELCAK (COLOMBIA), IPSOS (CHILE), INRA (MEXICO), última información disponible

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de la Radio en el 1T2018 versus 1T2017:

- Efecto Semana Santa afectando negativamente a España.
- Recuperación Latam especialmente Colombia y Chile.
- Impacto cambiario negativo.
- Implementación del plan de eficiencia.
- Fuerte apalancamiento operativo.

En el 1T de 2018, **los ingresos ajustados de la radio** crecieron un 1% en moneda constante (-3,5% en euros) impulsados por el buen comportamiento en Latam cuyos ingresos crecen un 10% en moneda constante (-2,9% en euros). España registra una caída de ingresos, afectada la comparativa con el año anterior por el efecto Semana Santa que este año ha sido en Marzo.

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

El **EBITDA ajustado** a tipo de cambio constante de Prisa **Radio mejora un 27% hasta alcanzar los 7 millones de euros.**

Desglose de ingresos:

España: Los ingresos ajustados de Radio en España alcanzan 39,9 millones de euros en el periodo, frente a 41,7 millones registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior. La caída registrada se explica por la caída de la publicidad afectada por el efecto Semana Santa y por la caída en otros ingresos por menores prestaciones de servicios a terceros y menores ingresos por gestión de marca.

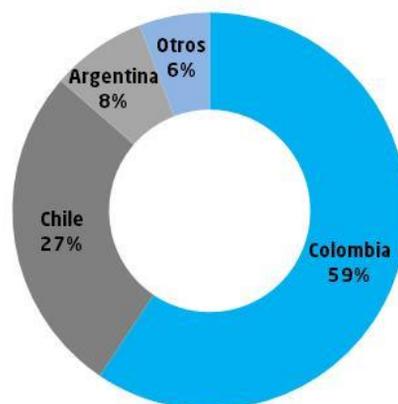
Los ingresos publicitarios brutos caen un 2,4% con crecimiento en local del 2,1% y caída en nacional del 7,1%. Descontando el efecto de la semana santa, los ingresos publicitarios brutos habrían permanecido estables

Latam: Los ingresos ajustados de Radio Latam **alcanzan 22,1 millones de euros versus 20,0 millones en el mismo periodo de 2017, +10%.**

Por países, cabe destacar:

- **Colombia**, que muestra un crecimiento en moneda local del 13%.
- **Chile**, muestra un crecimiento de sus ingresos en moneda local del 10%.
- **México**, cuyos ingresos en moneda local han experimentado un crecimiento del 9%.

Enero-Marzo 2018: Desglose de ingresos Latam excluyendo México (%)





PRENSA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Resultados de Explotación Ajustados			
Ingresos de Explotación	45,7	50,4	(9,4)
<i>Publicidad</i>	21,4	22,5	(5,0)
<i>Circulación</i>	17,4	20,1	(13,6)
<i>Promociones y Otros</i>	6,9	7,8	(11,3)
EBITDA Ajustado	(0,7)	0,9	---
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	-1,5%	1,7%	
EBIT Ajustado	(2,2)	(1,6)	(38,0)
<i>Margen EBIT Ajustado</i>	-4,8%	-3,1%	

Millones de €	2018			2017			Var. %		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
Resultados Reportados									
Ingresos de Explotación	45,7	50,4	(9,4)	45,7	50,4	(9,4)	45,7	50,4	(9,4)
<i>Publicidad</i>	21,4	22,5	(5,0)	21,4	22,5	(5,0)	21,4	22,5	(5,0)
<i>Circulación</i>	17,4	20,1	(13,6)	17,4	20,1	(13,6)	17,4	20,1	(13,6)
<i>Promociones y Otros</i>	6,9	7,8	(11,3)	6,9	7,8	(11,3)	6,9	7,8	(11,3)
Gastos de Explotación	47,6	51,9	(8,3)	47,6	51,9	(8,3)	47,6	51,9	(8,3)
EBITDA	(2,0)	(1,5)	(27,6)	(2,0)	(1,5)	(27,6)	(2,0)	(1,5)	(27,6)
<i>Margen EBITDA</i>	-4,3%	-3,0%		-4,3%	-3,0%		-4,3%	-3,0%	
EBIT	(3,4)	(4,0)	13,1	(3,4)	(4,0)	13,1	(3,4)	(4,0)	13,1
<i>Margen EBIT</i>	-7,5%	-7,9%		-7,5%	-7,9%		-7,5%	-7,9%	

Millones de €	2018			2017			Var. %		
	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %	2018	2017	Var. %
Efectos Extraordinarios									
Efectos extraordinarios en Ingresos	0,0	0,0	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	---
Efectos extraordinarios en Gastos	(1,3)	(2,4)	47,0	(1,3)	(2,4)	47,0	(1,3)	(2,4)	47,0
<i>Indemnizaciones y otros no recurrentes</i>	(1,3)	(2,4)	47,0	(1,3)	(2,4)	47,0	(1,3)	(2,4)	47,0

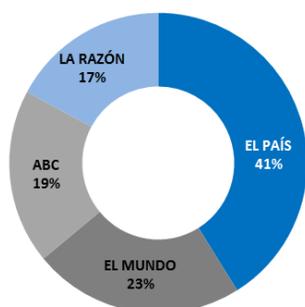


PRENSA

A_POSICIÓN DE MERCADO

El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 41% según los últimos datos disponibles de OJD marzo 2018).

Enero-Marzo 2018:
Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD marzo 2018

Los ingresos de publicidad alcanzan los 21,4 millones de euros, con una caída del 5% afectada la comparativa por el efecto Semana Santa. (-1,5% de caída excluyendo el efecto Semana Santa)

- Los ingresos de publicidad digital crecieron un 2% en el periodo y representan ya el 51% del total de ingresos publicitarios de la división. Destaca el comportamiento de As, cuyos ingresos publicitarios digitales representan ya el 79% del total de los ingresos publicitarios
- Los ingresos de publicidad no digital disminuyen un 11%.
- Los eventos crecen un 7,2% hasta alcanzar los 1,7 millones de euros.

En cuanto a la circulación de ejemplares impresos, la evolución por periódico es la siguiente:

Posición de mercado digital de prensa de PRISA:

En términos de navegadores únicos, en prensa de media a Marzo de 2018 se han alcanzado los 125 millones. El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 84 millones de promedio mensual.

El País ocupa la primera posición en webs de noticias en Español y en el ranking mundial de medios la 12ª, siendo las primeras posiciones ocupadas por medios chinos, americanos y británicos.

Según Comscore, El País ocupa la 5ª posición en España en términos de Usuarios Únicos por debajo de Google, YouTube, Facebook y Twitter.

Ejemplares	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
El País	164.225	183.851	(10,7)
Diario As	99.714	111.362	(10,5)

Destaca el fuerte control de costes, con una caída del -6%.

La implementación de medidas de eficiencia tras el acuerdo con terceros para la impresión de periódicos y el anuncio del cierre de las plantas de impresión seguirá generando ahorros a lo largo del ejercicio.

En cuanto al EBIT ajustado, alcanza los -2,2 millones de euros frente a -1,6 millones en el mismo periodo de 2017.

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de la prensa en el 1T2018 versus 1T2017:

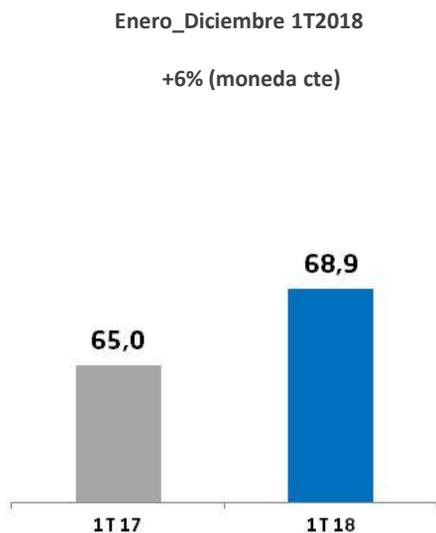
- Efecto Semana Santa afectando negativamente a los ingresos y ebitda.
- Ahorros en gastos significativos derivados del comienzo en la implementación del plan de eficiencia.

En el área de prensa, los ingresos muestran una caída del 9,4%, alcanzando los 45,7 millones de euros. El incremento de la publicidad digital y los otros negocios digitales no ha permitido compensar la caída de publicidad no digital y la caída de los ingresos por circulación.

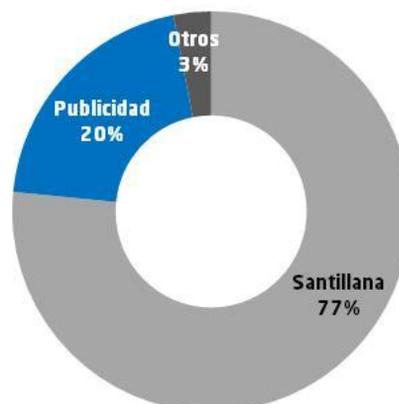
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

A_INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN

Los ingresos de transformación en el grupo en el 1T de 2018, se incrementan un 6% en moneda local hasta alcanzar los 69 millones de euros (-4,5% en euros). Representan ya un 22% del total de los ingresos del Grupo.



C_DESGLOSE DE INGRESOS DE TRANSFORMACIÓN

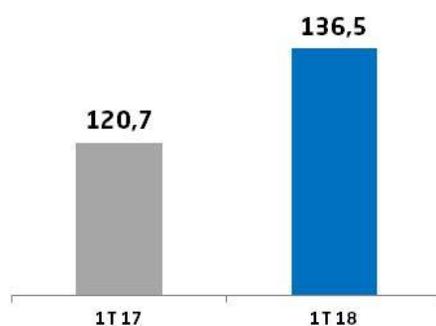


Los ingresos de **publicidad digital** corresponden principalmente a la prensa mostrando un crecimiento del 2% y representando ya un 51% de los ingresos publicitarios de la división.

Los **Sistemas de Educación Digitales (UNO y Compartir)**, continúan su desarrollo mostrando un crecimiento del 8% en moneda constante.

B_NAVEGADORES ÚNICOS

La **media mensual de navegadores únicos** del Grupo crece un 13% en el 1T de 2018, alcanzando los 137 millones.



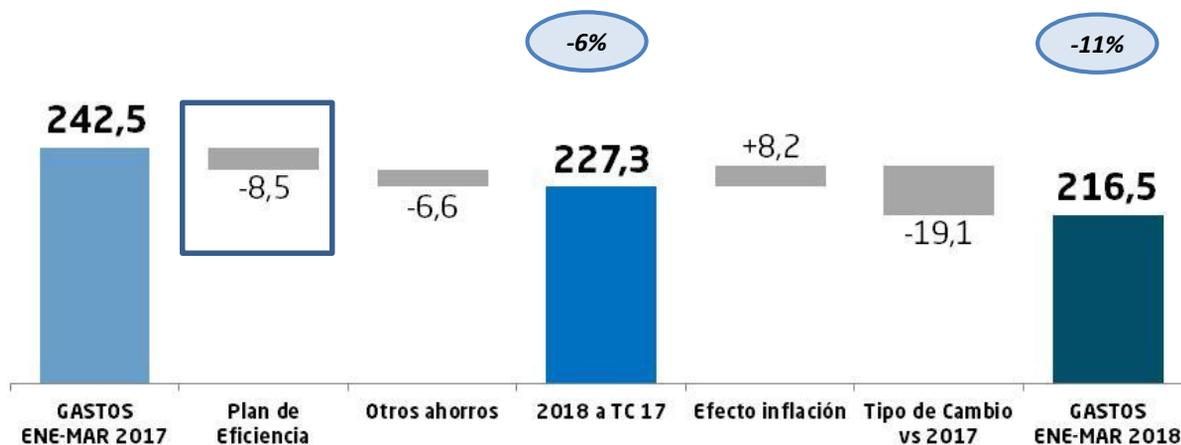
Los **navegadores únicos** de la prensa crecieron un +29% en el 1T de 2018, alcanzando los 125 millones de media.

Durante el 1T de 2018, ha continuado el crecimiento de los **navegadores únicos** a las páginas web nacionales e internacionales de **radio** del Grupo: los navegadores únicos a las páginas web de Radio en España alcanzan 17 millones de media (+13%). En cuanto a la Radio Internacional, los navegadores únicos alcanzan los 27 millones de media (+20%). En total, los navegadores únicos de Prisa Radio alcanzan 43 millones y crecen un 17%.



PLAN DE EFICIENCIA

La compañía ha comenzado a implementar el plan de eficiencia anunciado en febrero del 2018, con el **objetivo de ahorrar 40 millones de euros en gastos en los próximos 3 años** principalmente en el perímetro de Media (prensa y radio) y en el corporativo. **Durante el 1T de 2018, los ahorros derivados del comienzo en la implementación de dichas medidas alcanzan los 8,5 millones de euros con un impacto en ebitda de 6,9 millones de euros.**



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

Desglose de ahorros por concepto	Importe
Ajustes de personal	1,2
Reducción de costes por cierre de operaciones no rentables	0,9
Transformación operaciones de prensa	2,4
Simplificación de estructuras centrales	3,1
Otros ahorros	0,9
Total	8,5



DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de euros	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
EBIT	41,5	58,6	(29,1)
<i>Margen EBIT</i>	<i>14,7%</i>	<i>17,9%</i>	
Resultado Financiero	(14,6)	(16,2)	9,8
Gastos por intereses de financiación	(11,9)	(13,5)	12,0
Otros resultados financieros	(2,8)	(2,8)	(0,8)
Resultado puesta en equivalencia	0,8	0,3	192,5
Resultado antes de impuestos	27,7	42,6	(35,0)
Impuesto sobre sociedades	12,6	16,2	(22,3)
Resultado operaciones en discontinuación	0,2	1,1	(80,5)
Resultado atribuido a socios externos	5,4	5,6	(3,4)
Resultado Neto	9,9	21,9	(54,8)
Resultado Neto excluyendo discontinuación	10,1	23,1	(56,1)

B_RESULTADO FINANCIERO

Durante el 1T, mejora el resultado financiero un 9%. Durante el período se han registrado menores **gastos por intereses de financiación** por importe de 1,6 millones de euros como consecuencia de la reducción de deuda.

C_RESULTADO POR PUESTA EN EQUIVALENCIA

Los resultados por puesta en equivalencia incluyen fundamentalmente los resultados de Radio México y Costa Rica.

D_RESULTADO POR OPERACIONES EN DISCONTINUACIÓN

El resultado de operaciones en discontinuación recoge la pérdida contable resultante de aceptar la oferta vinculante para la venta de Media Capital.

E_RESULTADO ATRIBUIDO A SOCIOS EXTERNOS

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



POSICIÓN FINANCIERA

A_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Millones de €	Mar. 2018	Mar. 2017	Var. 18/17	
			Abs.	Rel
EBITDA (excluyendo indemnizaciones) - provisiones	67,9	85,5	-17,5	-20,5%
Variación del circulante	28,4	-25,2	53,6	---
Pago de impuestos	-5,7	-12,2	6,5	53,0%
Otros flujos de las actividades de explotación	-1,3	-2,9	1,5	53,1%
CASH FLOW OPERATIVO	89,3	45,2	36,3	97,3%
Capex	-12,5	-14,7	2,3	15,5%
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	76,8	30,5	38,6	151,9%
CASH FLOW DE INVERSIÓN	-0,2	-2,2	2,0	88,9%
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-11,4	-13,5	2,1	15,4%
Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros	-1,8	-0,2	-1,6	-853,0%
GENERACIÓN DE CAJA ANTES DE OPERACIONES	63,4	14,6	48,8	335,0%
Pago de indemnizaciones y otros	-11,7	-3,9	-7,8	---
CF antes de operaciones incluyendo indemnizaciones y desinversiones	51,6	10,6	41,0	386,3%
Operación Ampliación de capital y otros	554,6	0,0	554,6	---
CASHFLOW	606,3	10,6	595,6	---

En el 1T de 2018, la generación de caja antes de las operaciones de capital ha sido de 51,6 millones de euros frente a 10,6 millones en el mismo período de 2017. La mejora en la variación del circulante se produce principalmente en Santillana y obedece a los cobros en 2018 de 26 millones de euros que quedaron pendientes de la campaña institucional en Brasil del ejercicio 2017. La generación de caja operativa recurrente en el 1T de 2018 excluyendo estos cobros habría sido de 25,6 millones de euros.

A1_CAPEX

CAPEX

Millones de €	Mar. 2018	Mar. 2017	Var. 18/17
Santillana	-11,4	-13,5	2,1
Radio	-0,5	-0,4	0,0
Prisa Noticias	-0,4	-0,7	0,3
Audiovisual	0,0	0,0	0,0
Otros	-0,3	-0,1	-0,1
Capex (inversión)	-12,5	-14,7	2,3
Capex (desinversión)	0,0	3,3	-3,3
Total GRUPO PRISA	-12,5	-11,5	-1,0



POSICIÓN FINANCIERA

B_POSICIÓN FINANCIERA BANCARIA NETA

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.

DEUDA BANCARIA TOTAL

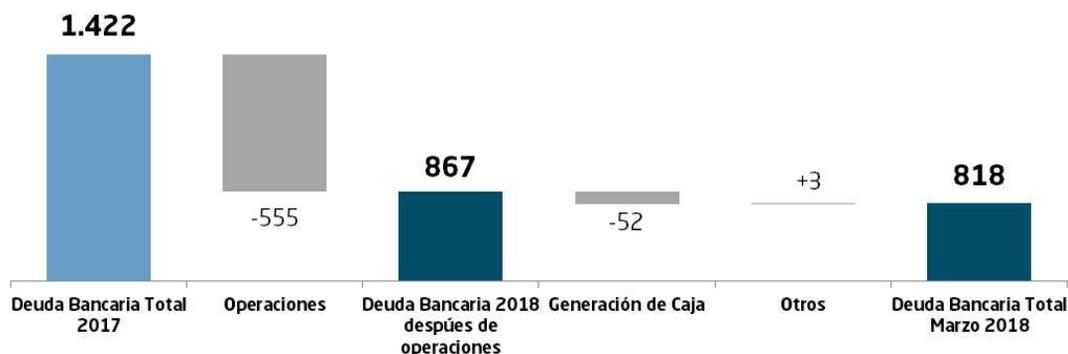
Millones de €	Mar. 2018	Dic. 2017	Var. 18/17	
			Abs.	Rel.
- Deudas con entidades de crédito	1.638,1	1.644,9	-6,8	-0,4%
- Deudas con entidades de crédito o largo plazo	643,3	642,2	1,1	0,2%
- Deudas con entidades de crédito o corto plazo	994,8	1.002,6	-7,9	-0,8%
Inversiones financieras corrientes	-22,6	-23,3	0,8	3,4%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-811,8	-217,2	-594,6	-273,7%
Gastos de formalización	14,2	17,3	-3,1	-17,9%
DEUDA BANCARIA TOTAL	817,9	1.421,6	-603,7	-42,5%

DEUDA BANCARIA TOTAL POR U.U.NN

Millones de €	Mar. 2018	Dic. 2017	Var. 18/17	
			Abs.	Rel.
Prisa Holding+ Prisa Participadas+Otros	872,5	1.413,5	-540,9	-38,3%
- Deudas con entidades de crédito	1.600,0	1.596,4	3,6	0,2%
Tramo 2	956,5	956,5	0,0	0,0%
Tramo 3*	415,4	181,5	233,9	128,9%
PPL	217,0	450,9	-233,9	-51,9%
Otros	11,1	7,5	3,6	48,3%
- Caja, IFT y deuda intragrupo	-727,4	-182,9	-544,5	-297,7%
Caja e IFT	-730,6	-176,8	-553,8	-313,2%
Deuda interco	3,1	-6,1	9,2	---
Santillana	-46,7	-9,3	-37,4	-401,6%
Radio	-13,5	6,5	-20,0	---
Prisa Noticias	-2,2	6,9	-9,1	---
Audiovisual	9,0	6,5	2,5	38,1%
DEUDA BANCARIA TOTAL SIN MEDIA CAPITAL	819,1	1.424,1	-605,0	-42,5%
Media Capital (*)	-1,2	-2,5	1,3	51,3%
DEUDA BANCARIA TOTAL	817,9	1.421,6	-603,7	-42,5%

* El Tramo 3 incluye 50 millones de euros que a efectos del acuerdo firmado con os bancos computa como PPL

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





GUIDANCE 2018

GUIDANCE 2018

Educación

- Ciclo bajo en la ventas institucionales en Brasil y año sin novedades en España lo que implicará que el EBITDA ajustado del 2018 esté en línea con el del 2017 en moneda constante.
- Norma y sistemas de enseñanza digitales continuarán mostrando crecimiento.

Radio

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

Prensa

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

Plan de eficiencia

- Implementacion de la mayor parte en 2018.

Evolución tipos de cambio

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

Con la evolución de resultados del 1T de 2018, la compañía reafirma su guidance para el ejercicio 2018



ANEXO

1. Balance	19
2. Otros hechos significativos	20
3. Desglose de Ingresos y Ebitda ajustados por U.N y extraordinarios	21
4. Conciliación entre resultado operativo, Ebitda ajustado y Ebit	22
5. Evolución del tipo de cambio	23



BALANCE

Millones de euros	ACTIVO	
	31/03/2018	31/12/2017
ACTIVO NO CORRIENTE	771,21	756,69
Inmovilizado material	82,81	82,65
Fondo de comercio	165,51	167,56
Inmovilizado inmaterial	108,80	110,80
Inversiones financieras no corrientes	25,50	25,56
Sociedades puestas en equivalencia	39,71	37,25
Activos por impuestos diferidos	348,86	332,85
Otros activos no corrientes	0,03	0,03
ACTIVOS CORRIENTES	1.709,41	1.166,39
Existencias	61,58	70,15
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	343,75	381,52
Inversiones financieras corrientes	22,88	23,34
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	811,80	217,21
Activos mantenidos para la venta	469,39	474,17
TOTAL ACTIVO	2.480,61	1.923,08
Millones de euros	PASIVO	
	31/03/2018	31/12/2017
PATRIMONIO NETO	60,26	-485,91
Capital suscrito	524,69	83,50
Reservas	-548,30	-545,03
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante	9,90	-102,91
Socios Externos	73,97	78,53
PASIVOS NO CORRIENTES	822,64	863,14
Deudas con entidades de crédito	643,30	642,25
Otros pasivos financieros no corrientes	116,80	120,15
Pasivos por impuestos diferidos	20,59	23,90
Provisiones	39,74	39,01
Otros pasivos no corrientes	2,21	37,83
PASIVOS CORRIENTES	1.597,72	1.545,85
Deudas con entidades de crédito	994,76	1.002,63
Otros pasivos financieros corrientes	27,86	22,63
Acreedores comerciales	237,33	245,85
Otras deudas corrientes	149,63	94,27
Ajustes por periodificación	35,40	21,39
Pasivos mantenidos para la venta	152,73	159,08
TOTAL PASIVO	2.480,61	1.923,08



OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION

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

CONVOCATORIAS Y ACUERDOS DE JUNTAS Y ASAMBLEAS GENERALES

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



DESGLOSE DE INGRESOS Y EBITDA AJUSTADOS POR U.N

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Ingresos de Explotación Ajustados			
GRUPO	282,3	327,5	(13,8)
Educación	173,7	215,6	(19,4)
Radio	58,8	61,0	(3,5)
Prensa	45,7	50,4	(9,4)
Otros	4,1	0,5	---

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
EBITDA Ajustado			
GRUPO	65,9	85,1	(22,6)
Educación	63,0	83,0	(24,1)
Radio	7,0	5,7	23,2
Prensa	(0,7)	0,9	---
Otros	(3,4)	(4,5)	23,6

IMPACTOS EXTRAORDINARIOS Y CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
Efectos Extraordinarios			
Efectos extraordinarios en Gastos	(10,8)	(7,3)	(48,2)
Indemnizaciones y otros no recurrentes	(10,8)	(7,3)	(48,2)

- a) **Indemnizaciones y otros no recurrentes:** El gasto extraordinario por indemnizaciones se incrementa con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. En el 1T de 2018 se han registrado 10,8 millones de euros frente a 7,3 millones de euros en el mismo periodo de 2017.



CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO OPERATIVO, EBITDA AJUSTADO Y EBITDA

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2018	2017	Var. %
GRUPO			
EBITDA	55,0	77,6	(29,1)
Efectos ext raordinarios	10,8	7,5	44,7
EBITDA Ajustado	65,9	85,1	(22,6)
Amortizaciones	15,9	18,4	(13,9)
Provisiones	(2,3)	(0,6)	---
Pérdidas de inmovilizado	(0,1)	1,2	---
Resultado de Explotación	52,4	66,1	(20,7)
EDUCACIÓN			
EBITDA	61,8	81,6	(24,2)
Efectos extraordinarios	1,2	1,4	(17,6)
EBITDA Ajustado	63,0	83,0	(24,1)
Amortizaciones	12,7	14,2	(11,1)
Provisiones	(3,0)	(2,0)	(53,8)
Pérdidas de inmovilizado	(0,1)	0,0	---
Resultado de Explotación	53,4	70,7	(24,4)
RADIO			
EBITDA	2,8	2,9	(4,7)
Efectos extraordinarios	4,2	2,8	52,1
EBITDA Ajustado	7,0	5,7	23,2
Amortizaciones	2,0	2,0	(0,9)
Provisiones	0,2	0,8	(72,3)
Pérdidas de inmovilizado	0,0	1,2	(98,6)
Resultado de Explotación	4,8	1,7	181,1
PRENSA			
EBITDA	(2,0)	(1,5)	(27,6)
Efectos ext raordinarios	1,3	2,4	(47,0)
EBITDA Ajustado	(0,7)	0,9	---
Amortizaciones	1,0	1,9	(47,1)
Provisiones	0,5	0,6	(10,6)
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,0	173,1
Resultado de Explotación	(2,2)	(1,6)	(38,0)
OTROS			
EBITDA	(7,6)	(5,4)	(41,1)
Efectos extraordinarios	4,1	0,9	---
EBITDA Ajustado	(3,4)	(4,5)	23,6
Amortizaciones	0,2	0,3	(26,6)
Provisiones	0,0	0,0	171,1
Pérdidas de inmovilizado	0,0	(0,0)	---
Resultado de Explotación	(3,7)	(4,8)	23,5

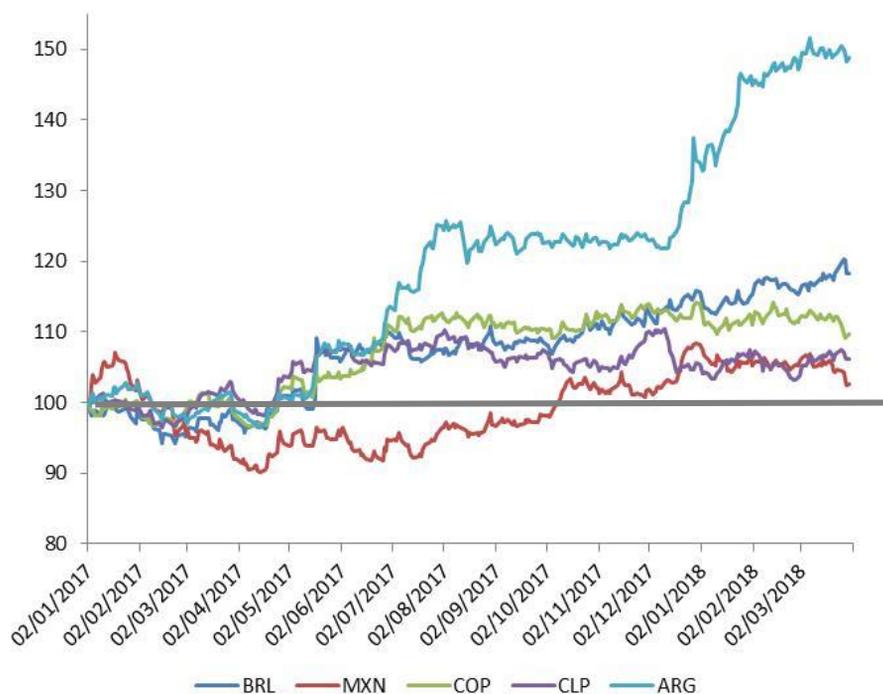


EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

Evolución tipo de cambio vs Euro 2017/2018

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

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo ha sido negativo en el 1T de 2018. **El impacto negativo ha sido de 36 millones de euros en ingresos y de 8 millones de euros en EBITDA.**



	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2017	3,35	21,63	3111,93	698,44	16,69
2Q2017	3,55	20,42	3221,61	731,47	17,33
3Q2017	3,71	20,93	3493,58	754,35	20,31
4Q2017	3,83	22,36	3517,41	745,69	20,67
1Q2018	3,99	23,01	3509,07	740,26	24,20

Fuente: Bloomberg