



Resultados 1T 2019

PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.

14 de Mayo de 2019



Índice	2
Visión general	3
Estacionalidad del negocio	4
Evolución de los Negocios	6
Cuenta de resultados consolidada	7
Negocio de Educación	8
Negocio de Radio	12
Negocio de Prensa	14
Media Capital	16
De EBIT a Resultado Neto	18
Posición Financiera	19
Outlook 2019	21
Anexo	22



VISIÓN GENERAL

En el primer trimestre de 2019 el EBITDA comparable* en moneda local crece un 2,6%.

La compañía completa con éxito la ampliación de capital para la compra del accionista minoritario de Santillana dando un decisivo paso adelante en su estrategia de futuro con la toma de control del 100% de su negocio de educación.

En el 1T de 2019 las operaciones evolucionan en línea con las expectativas de la compañía y acorde a la estacionalidad del negocio, con generación de caja operativa positiva en el período de 5 millones de euros.

Mejora de la calificación crediticia de S&P (B), y nuevo rating de Moody's (B2), con outlook estable.

Resultados operativos 1T2019, principales titulares:

En 2019 entra en vigor la NIIF 16 y se incorporan en el EBITDA las provisiones de tráfico y de devoluciones incorporadas en el EBIT el año anterior (2,6 Mn en el 1T2019 y 2,2 Mn en el 1T de 2018).

- **Educación se comporta en línea con lo esperado y acorde a la estacionalidad del negocio** mostrando un crecimiento en moneda local en ingresos del 1% y en EBITDA del 3%. Buena evolución de las campañas en curso (área sur) con impulso de los sistemas de enseñanza digitales que crecen un 15% en moneda local (11% en euros) e impacto cambiario negativo moderado (€4Mn en EBITDA) procedente principalmente de la evolución de las monedas en Argentina (hiperinflación) y Brasil.
- **En Media**, la radio muestra mejora operativa del 31,5% en moneda local impulsada por el buen comportamiento en España (con crecimiento en ingresos del 8% y mejora del EBITDA del 163,8%) y con un comportamiento negativo en LatAm afectado en la comparativa con el año anterior por las elecciones en Colombia, que tuvieron un impacto positivo de 1 millón de euros. La prensa continúa creciendo en su desarrollo digital, avanzando hacia un modelo digital creciente y escalable, con crecimiento en los ingresos de publicidad digital del 27%, y con mejora en los márgenes de circulación fruto de los acuerdos y medidas de eficiencia alcanzadas en el año anterior con un continuo foco en el control de costes.
- **Media Capital** aumenta un 4% sus ingresos publicitarios y refuerza su programación en un entorno de mercado muy competitivo en línea con lo previsto.
- **El tipo de cambio** ha tenido en el 1T de 2019 un impacto negativo en ingresos de -7,4 millones de euros y de -3,4 millones en EBITDA, principalmente por la evolución de tipos en Brasil y la hiperinflación en Argentina.
- **La deuda neta a Marzo de 2019** se sitúa en 962 millones tras el pago pendiente previsto a 3i (€36,1 millones), frente a 929 millones de euros en diciembre de 2018. En el 1T de 2019 la generación de caja operativa ha sido positiva en 5 millones de euros acorde a la estacionalidad del negocio.
- **La compañía completa con éxito la ampliación de 200 millones de euros para la compra del accionista minoritario de Santillana**, habiéndose registrado la transacción en el mes de abril.
 - Mejora de la calificación crediticia de S&P y nuevo rating de Moody's que obedecen a la mejora significativa de la situación financiera del Grupo, así como de la fortaleza de su negocio.
 - Incremento del free-float de la compañía del 16% al 25%.
- **La compañía provisiona 51 millones de euros** por el resultado negativo de uno de los procedimientos judiciales abiertos con Mediapro a pesar de estar evaluando acciones legales incluidos recursos extraordinarios y estar pendiente de conocer el resultado de un fallo relativo a una demanda contra Mediapro por importe de hasta 136 millones de euros.
- **Los resultados del primer trimestre están en línea con las perspectivas de la compañía y en línea con el outlook proporcionado para el año 2019.**

* EBITDA reportado para hacerlo comparable incluyendo el efecto estimado de la NIIF16 en 2018 y excluyendo en 2019 la provisión extraordinaria de 51 millones relacionada con el auto negativo del proceso de AVS/Mediapro.

ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

DESCRIPCIÓN DE LA ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

La generación de resultado y caja trimestral del Grupo esta ligado a la estacionalidad del negocio, produciéndose fluctuaciones a lo largo del año explicadas fundamentalmente por la naturaleza de los distintos negocios. A pesar de tener todos los años un patrón de comportamiento parecido, se pueden producir diferencias temporales que hagan que la comparabilidad trimestral no sea homogénea. En 2019 versus 2018 se espera que ciertos pedidos públicos especialmente de México y Brasil se produzcan en el 3T.

En **Santillana**, la generación de resultados esta condicionado por el momento en el que se producen las campañas de los distintos países:

- **Área Sur: 1T y 4T.**
- **Área Norte: 2T y 3T.**
- **Ventas públicas de Brasil: reposiciones en 2T/3T y pedido nuevo en 4T.**

En **Media**, los trimestres estacionalmente más fuertes de venta de publicidad son el 2T y el 4T.

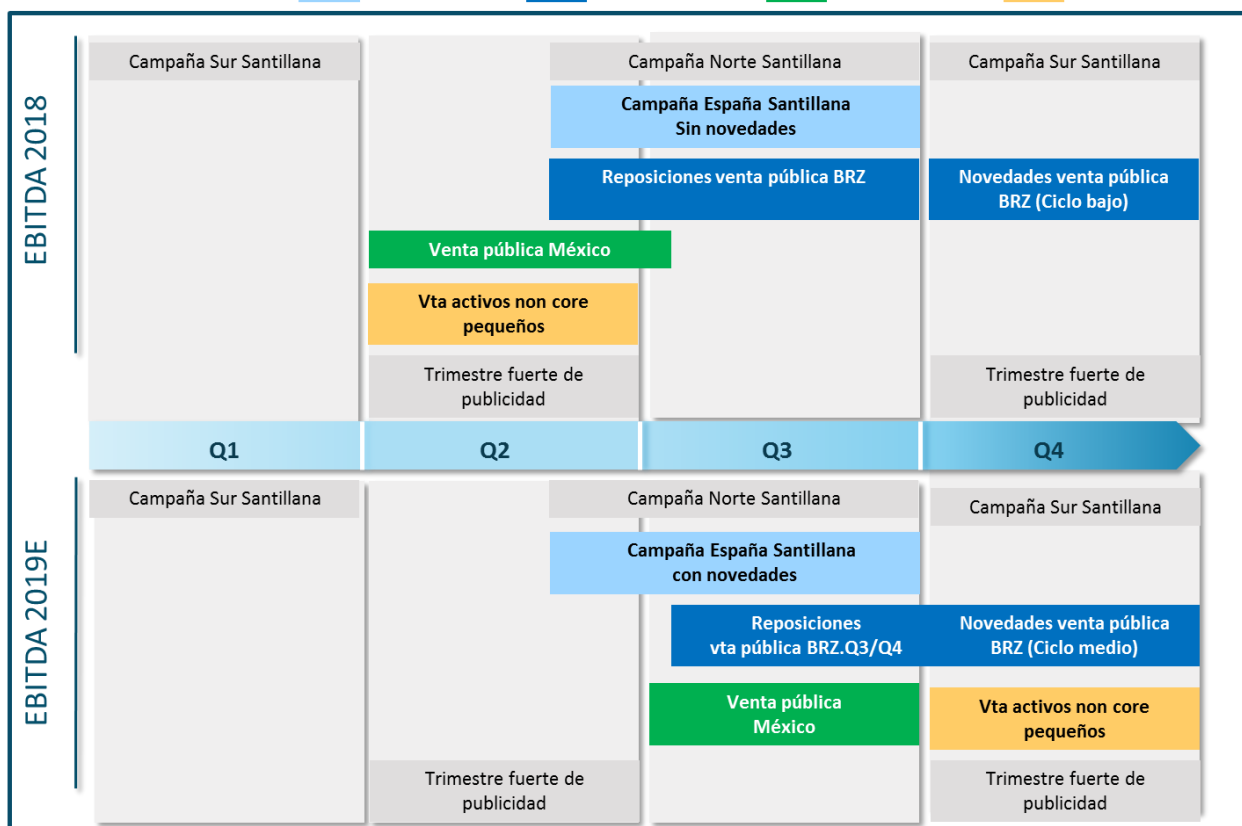
Adjuntamos cuadros que describen la estacionalidad del EBITDA y caja en 2018 y la estimación prevista para 2019, con la finalidad de ayudar a entender las diferencias trimestrales que irán surgiendo a lo largo del ejercicio.

El Outlook para 2019 contempla estas diferencias.

ESTACIONALIDAD DEL EBITDA 2018/2019

Principales diferencias 18/19:

■ Campaña España
 ■ Venta Pública BRZ
 ■ Venta Pública MX
 ■ Venta Activos



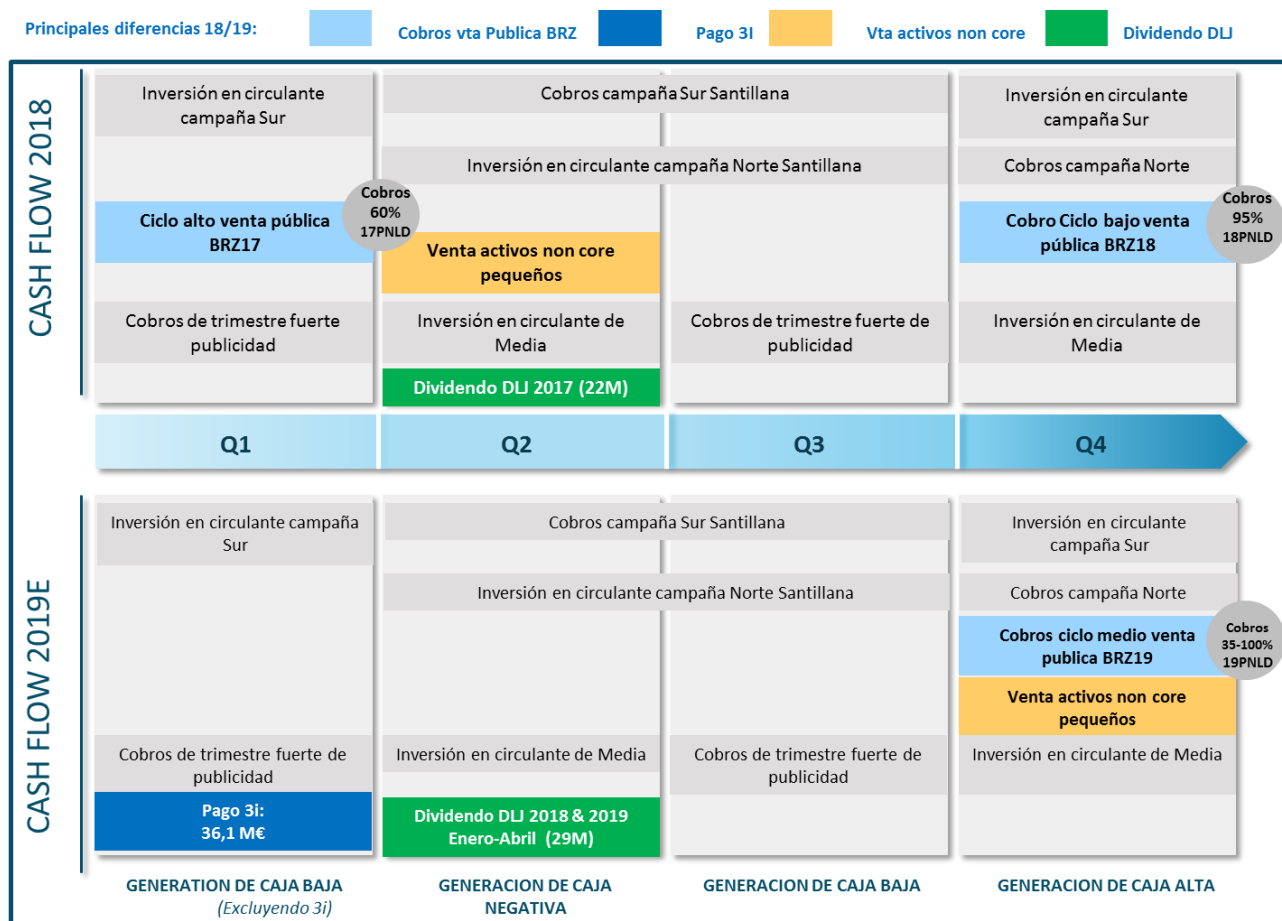
Principales consideraciones

- La campaña de España de Santillana en 2018 no tuvo novedades mientras que en 2019 tiene novedades.
- Las reposiciones de venta pública de Brasil se generaron un 22% en el 2T de 2018 mientras que en 2019 el 100% de las reposiciones están previstas en el 3T.
- La campaña de venta pública en BRZ en 2019 corresponde a ciclo medio mientras que en 2018 fue ciclo bajo.
- La venta pública de México se generó el 90% en el 2T en 2018 mientras que el 100% de la misma esta prevista en el 3T de 2019.
- En el 2T de 2018 se generaron **ventas de activos no estratégicos incluidos en el plan de desinversiones** mientras que en el 2019 están previstas en el 4T.



ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

ESTACIONALIDAD DE LA CAJA 2018/2019



La generación de caja suele ir acompañada a los ingresos, produciéndose los cobros de los mismos en el trimestre siguiente al que se generan los ingresos

Principales consideraciones

- 1T**
 - En el 1T de 2018 se produjo el 60% de los cobros de las ventas públicas de BRZ de 2017 mientras que los cobros de las ventas públicas de 2018 se produjeron casi en su totalidad en el 4T de 2018 (95%).
 - En el 1T de 2019 se ha producido el pago a 3i pendiente previsto por importe de 36,1 millones de euros.
- 2T**
 - En el 2T de 2018 se produjeron las ventas de activos de Santillana USA y Argentina. Para el 2T de 2019 no hay ventas de activos previstas.
 - En el 2T de 2018 se produjo el pago del dividendo a DLJ correspondiente al ejercicio 2017 por importe de 22 millones de euros. En el 2T de 2019 está previsto el pago del dividendo pendiente a DLJ correspondiente a 2018 y los 4 primeros meses de 2019 por importe de 29 millones de euros.
- 4T**
 - En el 4T de 2018 se produjo el cobro del 95% de la venta pública de BRZ (ciclo bajo). En el 4T de 2019 el cobro de la venta pública de BRZ (ciclo medio) puede oscilar entre el 35% y el 100%.
 - En el 4T de 2019 se espera la venta de otros activos incluidos en el plan de desinversiones anunciado.

FUERTE GENERACION DE EBITDA Y CAJA ESPERADA EN 2S COMPENSANDO UN PRIMER SEMESTRE AFECTADO POR EFECTOS TEMPORALES

En línea con Outlook 2019

En el 2S de 2019, las ventas públicas de Brasil (ciclo medio y reposiciones), las ventas públicas de México, la evolución esperada de los negocio de media y las ventas de activos no estratégicos del plan de desinversiones, más que compensarán un 1S afectado por la estacionalidad de las ventas públicas (Brasil reposición y México) y la ausencia de ventas de activos no estratégicos.

EVOLUCION NEGOCIOS

EDUCACIÓN

- **Santillana ha tenido una evolución positiva en el 1T de 2019 donde las campañas en curso (área sur) han evolucionado en línea con lo previsto con un gran impulso de los modelos de suscripción basados en los sistemas de enseñanza digitales.** Las campañas del área sur mostraron un crecimiento en ingresos y EBITDA en moneda constante del 1,3% y del 1,2% respectivamente. Las campañas del área norte tienen lugar en el 2S del ejercicio y por lo tanto sus cifras no son representativas en este trimestre.
- **Impulso de los modelos de suscripción basados en los sistemas de enseñanza digitales (UNO, Compartir, Farias Brito, Educa y sistemas de inglés) que continúan su expansión** en Latinoamérica, creciendo en número de alumnos (+9%) hasta superar los 1.375.000 alumnos y con un crecimiento en ingresos en el 1T de 2019 del 15% en moneda local (11% en euros) hasta alcanzar los 52 millones de euros. Estos modelos de suscripción crecientes y escalables ofrecen una gran visibilidad sobre el negocio con contratos firmados con duración entre 3 y 4 años y con un ARPU medio superior al del negocio tradicional. En 2018 estos ingresos de modelos de suscripción representaron un 37% del total de los ingresos de venta privada en LatAm. Presencia en 15 países
- **Los ingresos totales** de Santillana en moneda constante **crecen un 1% hasta alcanzar los 175 millones de euros y el EBITDA crece un 3% hasta alcanzar los 70 millones.**
- El **tipo de cambio** ha tenido un **impacto negativo de -6,5 millones de euros en ingresos y de -4 millones de euros en EBITDA** principalmente por la evolución de tipos en Argentina y Brasil.
- **Existen buenas perspectivas para las campañas pendientes y visibilidad sobre el comportamiento de los modelos de suscripción basados en sistemas de enseñanza cuyos ingresos están previstos que representen a final de año más de un 40% del total de los ingresos de educación privada en América Latina.**

MEDIA

RADIO

- Según el último EGM, Prisa Radio en España **mantiene su liderazgo** tanto en radio generalista como en musical.
- **En España, la publicidad de Prisa Radio en el 1T de 2019 crece un 10% (por encima del crecimiento de mercado),** con buen comportamiento tanto en publicidad nacional que muestra un crecimiento del 13,6% como en local que muestra un crecimiento del 8%
- **En LatAm, los ingresos se han comportado en línea con lo previsto,** viéndose la comparativa con 2018 afectada por el impacto positivo en publicidad que tuvieron las elecciones en Colombia en los resultados del 1T de 2018 con caída de ingresos en moneda local del -3,2%. **Sin el efecto de las elecciones el año anterior los ingresos habrían crecido un 2,5%.**
- **Mejora de márgenes EBITDA (13,4% versus 9,7%)** por el fuerte apalancamiento operativo del negocio especialmente en España con un buen comportamiento de los ingresos y foco en control de costes.
- **El EBITDA comparable** a tipo de cambio constante **de la Radio mejora en 1,8 millones de euros (+31,5%)** hasta alcanzar los 7,5M€ por el crecimiento en ingresos y la mejora operativa principalmente en España que compensa el comportamiento en LatAm afectado en la comparativa por las elecciones en Colombia en 2018.
- **Impacto del tipo de cambio** de -0,9 millones de euros en ingresos y de +0,5 millones en EBITDA.

PRENSA

- **El País consolida su posición como primer diario en español en el ranking mundial de medios, y AS acentúa su liderazgo en digital en América.**
- **Avances hacia un modelo digital creciente y escalable, con crecimiento y liderazgo en audiencias** (124 millones de navegadores únicos) y **crecimiento de la publicidad digital (+27%)** que ya tiene mayor peso que la tradicional, representando un 58% del total de los ingresos publicitarios (79% en Diario As).
- **Mejora significativa de los márgenes de circulación (+34%)** tras los acuerdos alcanzados en impresión, distribución y tecnología encaminadas a **variabilizar los costes asociados a los ejemplares físicos.**
- **La prensa ha comenzado el año con una mejora relevante de los principales KPIs del negocio (liderazgo digital, crecimiento publicitario y mejora sustancial de márgenes de circulación).** La comparativa del EBITDA en el 1T se ha visto afectada por elementos extraordinarios como el lanzamiento de campaña de marca en 2019 y ventas de activos en 2018. Sin estos efectos extraordinarios, el EBITDA en el 1T habría crecido en 1,3 millones de euros
- **A partir del ejercicio 2019, las unidades transversales de comercialización publicitaria (PBS) y Tecnología han pasado a formar parte del ámbito de gestión del área de prensa.**

MEDIA CAPITAL

- **TVI mantiene el liderazgo en Prime Time.** Alcanza unas audiencias medias diarias de 25% en prime time y 22% en 24h.
- **Los ingresos de publicidad en el periodo crecen un 4% y el EBITDA se comporta en línea con lo previsto alcanzando 1 millón de euros versus 5,8 millones en el mismo período del año anterior al haber reforzado su programación en un entorno muy competitivo.**
- Destaca el comportamiento de **la Radio, que crece en ingresos un 42%** con una mejora operativa del 142%. El conjunto de radios de Media Capital continúan incrementando sus audiencias hasta alcanzar una cuota media consolidada del 34%.



CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

	ENERO - MARZO		
Millones de €	2019	2018	Var. %
Resultados Comparables			
Ingresos de Explotación	312,3	321,0	(2,7)
EBITDA	70,0	71,6	(2,2)
Margen EBITDA	22,4%	22,3%	
EBIT	46,0	47,2	(2,7)
Margen EBIT	14,7%	14,7%	
Resultados Comparables a tipo constante			
Ingresos de Explotación a tipo constante	319,7	321,0	(0,4)
EBITDA a tipo constante	73,5	71,6	2,6
Margen EBITDA	23,0%	22,3%	
EBIT a tipo constante	48,8	47,2	3,3
Margen EBIT	15,3%	14,7%	
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	312,3	321,0	(2,7)
EBITDA Contable	19,0	62,7	(69,8)
Margen EBITDA	6,5%	24,3%	
EBIT Contable	(5,1)	45,4	---
Margen EBIT	-1,7%	17,6%	
Resultado Financiero	(20,3)	(15,6)	(29,9)
Gastos por intereses de financiación	(14,7)	(12,6)	(16,4)
Otros resultados financieros	(5,6)	(3,0)	(87,1)
Resultado puesta en equivalencia	0,3	0,8	(55,7)
Resultado antes de impuestos	(25,0)	30,6	---
Impuesto sobre sociedades	20,8	13,4	55,4
Resultado operaciones en discontinuación	0,4	0,0	---
Resultado atribuido a socios externos	(4,8)	5,4	---
Resultado Neto	(40,6)	11,8	---
Mediapro sentence	(40,8)		---
IFRS16		(1,4)	100,0
Resultado Neto Comparable	0,2	10,4	(97,7)

* Los ajustes entre resultados reportados y resultados comparables están descritos en las páginas 27 y 28

Durante el 1T de 2019, el EBITDA comparable en moneda constante crece un 2,6%

- Resultados operativos en línea con las expectativas de la compañía y acordes a la estacionalidad del negocio.
- La diferencia entre los resultados comparables y los resultados reportados responde a la NIFF16 (tras la implantación de la norma en 2019, se muestran los resultados comparables ajustando la NIFF16 en los resultados de 2018 para mostrar la evolución operativa real) y a la provisión extraordinaria registrada por la sentencia de Mediapro (51 millones de euros).
- Impacto cambiario negativo en ingresos de -7,4 millones y de -3,4 millones en EBITDA.
- Mejora de márgenes comparables a nivel EBITDA y EBIT en moneda constante.
- El resultado neto comparable alcanza 0,2 millones versus 10,4 millones en el mismo periodo de 2018 por el impacto de la actualización del pasivo de DLJ y la no activación de bases imponibles negativas siguiendo el criterio fiscal adoptado en 2018



EDUCACIÓN

Los resultados comparables son los resultados reportados ajustando únicamente en 2018 el efecto NIIF16 estimado. Los resultados tanto en 2019 como en 2018 incluyen las provisiones en el EBITDA.

	ENERO - MARZO		
Millones de €	2019	2018	Var.%
Resultados Comparables			
Ingresos de Explotación	168,9	173,7	(2,8)
España	2,5	2,1	20,1
Internacional	166,4	171,7	(3,1)
Latam	166,2	171,6	(3,2)
Portugal	0,2	0,0	---
EBITDA Comparable	66,2	68,2	(2,9)
España	(14,9)	(14,1)	(5,6)
Internacional	81,2	82,4	(1,5)
Latam	81,3	83,2	(2,3)
Portugal	(0,1)	(0,8)	91,3
Margen EBITDA	39,2%	39,3%	
EBIT Comparable	51,5	52,9	(2,7)
Margen EBIT	30,5%	30,5%	

	2019	2018	Var.%
Resultados Comparables a tipo constante			
Ingresos de Explotación a tipo constante	175,4	173,7	0,9
España	2,5	2,1	20,1
Internacional	172,9	171,7	0,7
Latam	172,7	171,6	0,6
Portugal	0,2	0,0	---
EBITDA Comparable a tipo constante	70,3	68,2	3,0
España	(14,9)	(14,1)	(5,6)
Internacional	85,2	82,4	3,4
Latam	85,3	83,2	2,5
Portugal	(0,1)	(0,8)	91,3
Margen EBITDA	40,1%	39,3%	
EBIT Comparable a tipo constante	55,0	52,9	3,9
Margen EBIT	31,3%	30,5%	

	2019	2018	Var.%
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	168,9	173,7	(2,8)
España	2,5	2,1	20,1
Internacional	166,4	171,7	(3,1)
EBITDA Contable	66,2	64,8	2,2
Margen EBITDA	39,2%	37,3%	
EBIT Contable	51,5	52,3	(1,5)
Margen EBIT	30,5%	30,1%	

Ajustes en resultados reportados

Millones de €	2019	2018	Var.%
Efecto NIIF16			
Efecto NIIF16 en Gastos	0,0	(3,4)	100,0
IFRS16		(3,4)	100,0
Efecto NIIF16 en Amortización	0,0	2,8	(100,0)
IFRS16		2,8	(100,0)



EDUCACIÓN

Desglose de ingresos y EBITDA desglosado por campañas

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
Ingresos de Explotación			
Total Santillana	168,9	173,7	(2,8)
Campaña Sur	149,6	155,1	(3,6)
Campaña Norte	19,3	18,6	3,8

	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
Ingresos de Explotación a tipo constante			
Total Santillana	175,4	173,7	0,9
Campaña Sur	157,2	155,1	1,3
Campaña Norte	18,2	18,6	(2,4)

	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
EBITDA Comparable			
Total Santillana	66,2	68,2	(2,9)
Campaña Sur	83,5	86,4	(3,4)
Campaña Norte	(17,2)	(18,2)	5,3

	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
EBITDA Comparable a tipo constante			
Total Santillana	70,3	68,2	3,0
Campaña Sur	87,5	86,4	1,2
Campaña Norte	(17,2)	(18,2)	5,2

EDUCACIÓN

A_DESCRIPCION DEL NEGOCIO

En Educación, Santillana, es la compañía líder en España y Latinoamérica con una cuota combinada del 25%, y con la ventaja competitiva de ser el único operador global en todos los mercados de España y Latinoamérica. Santillana está enfocada en el mercado educativo de K-12, que es el mercado de educación más grande en tamaño, más atractivo y más resistente por su naturaleza de educación obligatoria.

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

FOCO EN LOS MODELOS DE SUSCRIPCION BASADOS EN LOS SISTEMAS DE ENSEÑANZA

Los sistemas de enseñanza (UNO, Compartir, Farias Brito Educa y sistemas de inglés) representaron un 22% de los ingresos totales de Santillana en 2018 y un 37% del total de los ingresos de enseñanza privada en LatAm.

Este nuevo modelo de negocio ofrece una mayor visibilidad de los ingresos, con contratos firmados con duración entre 3 y 4 años y con un ingreso medio por estudiante superior al precio medio por estudiante del modelo tradicional.

La tasa de renovación media de estos sistemas es del 86% con un margen bruto por encima del 80%, superior al de la educación tradicional.

Los sistemas de enseñanza (UNO, Compartir, Farias Brito , Educa y sistemas de inglés) cuentan con más de 1,4 millones de alumnos, una facturación de 134 millones de euros en 2018 y están presentes en 15 países. (cifras 2018)

Los ingresos han tenido un crecimiento anual acumulado del 38% desde su comienzo en 2011 pasando de 14 millones euros a 134 millones euros en 2018. Asimismo, el número de estudiantes ha crecido un 54% desde 2011, pasando de 56.000 alumnos a 1.234.000 en 2018.

DESGLOSE DE INGRESOS

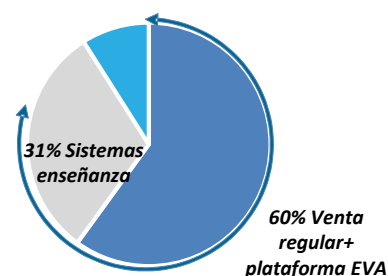
Santillana está principalmente centrado en el sector privado con un 79% de sus ventas procedentes de este sector en 2018. Sin embargo, la complementariedad de sinergias operativas con el sector publico hace que este presente en los mercados públicos mas relevantes de LatAm.

Los productos dirigidos al mercado privado, el 79% de sus ingresos en 2018, incorporan en la oferta del programa educativo componentes tecnológicos pertinentes para la enseñanza

En el análisis de ingresos por naturaleza y origen geográfico del 1T del año hay que considerar la estacionalidad del negocio campañas Sur/Norte por lo que los pesos no son representativos de lo que suponen en el año completo

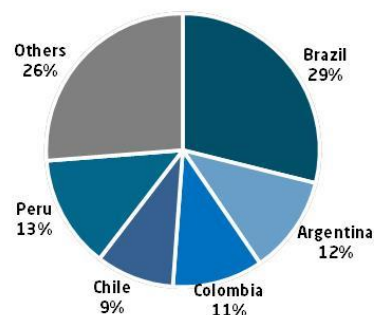
Desglose de ingresos por naturaleza 1T2019

9% Venta pública



91% Educación tecnológica EDUTEC
(venta privada)

Desglose de ingresos por origen geográfico 1T2019



EDUCACIÓN

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de resultados de Santillana en 1T 2019 versus 1T2018:

- Evolución positiva de las campañas del área Sur en línea con lo previsto con crecimiento en ingresos y EBITDA en moneda local del 1,3% y 1,2% respectivamente.
- Campañas del área Norte no representativas en este trimestre al registrarse sus cifras en el 2S del año.
- Fuerte impulso de los modelos de suscripción basados en los sistemas de enseñanza que muestran un crecimiento en ingresos del 15% en moneda local (11% en euros) con un crecimiento en el número de alumnos del 9%. Gran visibilidad del negocio al estar basados en contratos de entre 3 y 4 años.
- Efecto cambiario negativo en ingresos de -6,5 millones de euros y de -4 millones en EBITDA.

Buenas perspectivas para las campañas pendientes del año y gran visibilidad sobre el comportamiento de los modelos de suscripción basados en los sistemas de enseñanza digitales cuyos ingresos están previstos que representen al final de año mas de un 40% del total de los ingresos de educación privada en América Latina.

En la **evolución de ingresos** del 1T de 2019 cabe destacar que las campañas del área sur, que son las que transcurren en este período del año, se han comportado de manera positiva en línea con lo previsto con un gran impulso de los modelos de suscripción basados en los sistemas de enseñanza digitales y con impacto cambiario negativo principalmente en Brasil y Argentina por la hiperinflación.

a) Las campañas del área sur: Brasil, Colombia, Costa Rica, Centroamérica, Uruguay, Chile, Bolivia, Argentina, Paraguay y Perú. Las campañas de venta regular de estos países transcurren en el 1T del año. Las campañas de estos países **han evolucionado positivamente y en línea con lo previsto, mostrando crecimiento en ingresos y en EBITDA en moneda local del 1,3% y 1,2% respectivamente.**

b) Las campañas del área norte: España, México, Puerto Rico, Republica Dominicana, Ecuador. Estas campañas transcurren en el 2S del año y por lo tanto sus cifras no son representativas en este trimestre.

c) Los sistemas de enseñanza digitales (UNO, Compartir, Farias Brito, Educa y sistemas de inglés) continúan su expansión en Latinoamérica, destacando el buen comportamiento en el 1T del ejercicio con un crecimiento en ingresos en moneda local del 15% y del 11% en euros hasta alcanzar los 52 millones de euros. Los alumnos muestran un crecimiento del 9% hasta superar los 1.375.000 alumnos.

Gran visibilidad sobre este negocio basado en contratos de duración de entre 3 y 4 años, con un mayor ARPU que la educación tradicional, mayor rentabilidad y con perspectivas de seguir incrementando su peso sobre el total de ingresos de educación privada en América Latina.

d) El tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en el 1T de 2019 en ingresos de -6,5 millones de euros y en EBITDA de -4 millones de euros explicado fundamentalmente por la evolución de tipos en Brasil y la hiperinflación en Argentina.

e) El EBITDA comparable excluyendo efecto cambiario crece un 3% hasta alcanzar los 70 millones de euros.

ESTACIONALIDAD DEL NEGOCIO

Para el 1S de 2019 se esperan efectos temporales negativos versus 1S de 2018 principalmente explicadas por la estacionalidad de las campañas de reposición en Brasil y ventas publicas en México. En 2018 dichas campañas tuvieron lugar en el 2T mientras que en 2019 están previstas que transcurran en el 3T. Esta diferencia negativa temporal prevista en el 1H se corregirá en el 3T, sin afectar a la previsión para el conjunto de año para Santillana. (ver páginas 4 y 5).



RADIO

Los resultados comparables son los resultados reportados ajustando únicamente en 2018 el efecto NIIF16 estimado. Los resultados tanto en 2019 como en 2018 incluyen las provisiones en el EBITDA.

		ENERO - MARZO		
Millones de €		2019	2018	Var. %
Resultados Comparables				
Ingresos de Explotación		60,1	58,8	2,1
España		43,1	39,9	7,9
Latam		17,9	19,4	(7,8)
Música		0,0	1,3	(99,6)
Ajustes y Otros		(1,0)	(1,9)	49,0
EBITDA Comparable		8,0	5,7	40,6
España		6,3	2,4	163,8
Latam		1,8	3,6	(49,6)
Música		(0,0)	(0,3)	97,0
Ajustes y Otros		(0,0)	(0,0)	---
Margen EBITDA		13,4%	9,7%	
EBIT Comparable		3,6	1,3	173,6
Margen EBIT		6,0%	2,2%	
		2019	2018	Var. %
Resultados Comparables a tipo constante				
Ingresos de Explotación a tipo constante		61,0	58,8	3,6
España		43,1	39,9	7,9
Latam		18,8	19,4	(3,2)
Música		0,0	1,3	(99,6)
Ajustes y Otros		(0,9)	(1,9)	49,7
EBITDA Comparable a tipo constante		7,5	5,7	31,5
España		6,3	2,4	163,8
Latam		1,3	3,6	(63,8)
Música		(0,0)	(0,3)	97,0
Ajustes y Otros		(0,0)	(0,0)	---
Margen EBITDA		12,3%	9,7%	
EBIT Comparable a tipo constante		3,0	1,3	131,0
Margen EBIT		5,0%	2,2%	
		2019	2018	Var. %
Resultados Reportados				
Ingresos de Explotación		60,1	58,8	2,1
Publicidad		56,1	54,6	2,8
España		40,1	36,4	10,1
Latam		16,1	18,3	(12,1)
Otros		(0,0)	(0,0)	75,5
Otros		4,0	4,2	(6,6)
EBITDA Contable		8,0	2,5	---
Margen EBITDA		13,4%	4,3%	
EBIT Contable		3,6	0,5	---
Margen EBIT		6,0%	0,9%	
Ajustes en resultados reportados				
Millones de €		2019	2018	Var. %
Efecto NIIF16				
Efecto NIIF16 en Gastos		0,0	(3,2)	100,0
IFRS16			(3,2)	100,0
Efecto NIIF16 en Amortización		0,0	2,4	(100,0)
IFRS16			2,4	(100,0)

RADIO

A_POSICIÓN DE MERCADO

En España, destaca la fortaleza competitiva de la Radio a través de sus principales emisoras (Cadena Ser, Los40, Cadena Dial, Los40classic y Radiolé). Según el último informe de EGM, **Cadena SER mantiene el liderazgo absoluto en el mercado con 3.987 miles de oyentes** (cuota de mercado del 33% de la radio generalista en España). **Los40 ocupa la segunda posición en España después de SER y mantiene el primer puesto en el mercado de Radio musical, con audiencias que alcanzan el 21%.**

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

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Primera Ola 2019	Posición de Mercado	Cuota
TOTAL ESPAÑA*	9.072		
RADIO GENERALISTA	3.987	1	33%
Cadena Ser	3.987		33%
RADIO MUSICAL*	5.428	1	42%
Los 40	2.735		21%
Dial	1.958		15%
Los40 Classic	468		4%
Radiolé	439		3%

*Se eliminan duplicidades

Fuente: EGM Primera Ola 2019

En cuanto a la radio internacional,

Miles de Oyentes	OYENTES		
	Primera Ola 2019	Posición de Mercado	Cuota
Colombia	6.977	1	27%
Chile	2.588	1	40%
México	1.637	2	15%

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

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de la Radio en el 1T 2019 versus 1T 2018

- Liderazgo tanto en radio hablada como en musical.
- Fuerte apalancamiento operativo con mejora en EBITDA del 31,5%.
- Crecimiento del 10% de la publicidad en España tanto en nacional (+13,6%) como en local (+8%).
- Comportamiento en LatAm afectado en la comparativa del 1T 2018 por Colombia donde las elecciones tuvieron un impacto positivo en ingresos de 1,1 millones de euros.
- Control de costes.
- Mejora significativa de márgenes.

En el 1T de 2019, los ingresos comparables de la Radio crecieron un 3,6% en moneda constante (+2,1% en euros) impulsados por el crecimiento en España (+8%) que compensa la caída en LatAm afectada la comparativa por el impacto positivo que tuvieron las elecciones en Colombia en el 1T de 2018.

El impacto de los tipos de cambio ha sido negativo en -0,9 millones de euros en ingresos y positivo en 0,5 millones en EBITDA.

El EBITDA comparable a tipo de cambio constante mejora un 31,5% (+40,6% en euros) gracias al crecimiento de la publicidad en España, el control de costes y el fuerte apalancamiento operativo.

Desglose de ingresos:

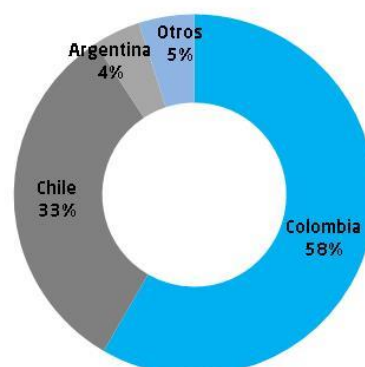
España: Los ingresos de Radio en España en el período crecen un 8% hasta alcanzar 43 millones de euros. Los ingresos publicitarios suben un 10% hasta alcanzar los 40 millones de euros con crecimiento en nacional del 13,6% y en local del 8%.

LatAm: Los ingresos comparables de Radio LatAm alcanzan 17,9 millones de euros versus 19,4 millones en el mismo período de 2018, -3% a tipo de cambio constante, afectados por el impacto positivo que tuvieron las elecciones en Colombia en 2018. Sin este impacto los ingresos habrían crecido un 2,5%

Por países, cabe destacar:

- **Colombia**, que muestra una caída de sus ingresos en moneda local del 8,5%.
- **Chile**, que muestra un crecimiento de sus ingresos en moneda local del 13%.

Enero-Marzo 2019:
Desglose de ingresos LatAm (%)





PRENSA

Los resultados comparables son los resultados reportados ajustando únicamente en 2018 el efecto NIIF16 estimado. Los servicios centrales de publicidad PBS y tecnología pasan a integrarse dentro de la Unidad de negocio de Noticias. Los resultados tanto en 2019 como en 2018 incluyen las provisiones en el EBITDA.

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
Resultados Comparables			
Ingresos de Explotación Noticias Gestión	49,1	51,1	(4,0)
Ingresos de Explotación PRENSA	43,8	45,7	(4,0)
<i>Publicidad</i>	23,6	21,4	10,2
<i>Circulación</i>	15,2	17,4	(12,3)
<i>Promociones y Otros</i>	5,0	6,9	(26,9)
PBS y Prisa Tecnología	5,2	5,5	(4,7)
EBITDA Comparable Noticias Gestión	(3,1)	(3,1)	0,2
EBITDA Comparable	(2,1)	(1,3)	(58,1)
<i>Margen EBITDA</i>	-4,8%	-2,9%	
PBS y Prisa Tecnología	(1,0)	(1,8)	43,8
EBIT Comparable Noticias Gestión	(5,4)	(5,2)	(4,3)
EBIT Comparable	(4,0)	(3,1)	(27,6)
<i>Margen EBIT</i>	-9,1%	-6,9%	
PBS y Prisa Tecnología	(1,4)	(2,1)	31,2

	2019	2018	Var. %
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación Noticias Gestión	49,1	51,1	(4,0)
Ingresos de Explotación PRENSA	43,8	45,7	(4,0)
PBS y Prisa Tecnología	5,2	5,5	(4,7)
EBITDA Contable Noticias Gestión	(3,1)	(4,4)	30,8
EBITDA Contable PRENSA	(2,1)	(2,5)	15,0
<i>Margen EBITDA</i>	-4,8%	-5,4%	
PBS y Prisa Tecnología	(1,0)	(2,0)	50,3
EBIT Contable Noticias Gestión	(5,4)	(5,6)	2,7
EBIT Contable PRENSA	(4,0)	(3,4)	(16,1)
<i>Margen EBIT</i>	-9,1%	-7,5%	
PBS y Prisa Tecnología	(1,4)	(2,1)	33,2

Ajustes en resultados reportados

Millones de €	2019	2018	Var. %
Efecto NIIF16			
Efecto NIIF16 en Gastos	0,0	(1,4)	100,0
PRESS IFRS16		(1,1)	100,0
PBS&IT IFRS16		(0,2)	100,0
Efecto NIIF16 en Amortización	0,0	1,0	(100,0)
PRESS IFRS16		0,8	(100,0)
PBS&IT IFRS16		0,2	(100,0)



PRENSA

A_POSICIÓN DE MERCADO

El País mantiene su posición de liderazgo absoluto en España, con una media anual de cuota de mercado del 38% según los últimos datos disponibles de OJD Marzo 2019.

Enero-Marzo 2019:
Posición de mercado del negocio de prensa de PRISA



Fuente: OJD Marzo 2019

Posición de mercado digital de prensa de PRISA:

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

En términos de navegadores únicos, en prensa de media a Marzo de 2019 se han alcanzado los 124 millones. El País mantiene su posición de liderazgo, alcanzando la cifra de 83 millones de promedio mensual.

EL PAÍS ocupa la primera posición en webs de noticias en Español y en el ranking mundial de medios la posición 6 (excluyendo periódicos chinos e indios).

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

Principales consideraciones en la comparativa de evolución de resultados de la prensa en 1T2019 versus 1T 2018:

- Mejora sustancial en los principales KPI's del negocio con liderazgo digital, crecimiento publicitario y mejora sustancial de márgenes de circulación
 - La publicidad, principal fuente de ingresos crece un 10% con un crecimiento en digital del 27% y una disminución en la caída de la publicidad tradicional.
 - Los márgenes de circulación mejoran un 34% tras los acuerdos alcanzados en distribución, impresión y tecnología.
- Continuo foco en control de costes.
- Comparativa del EBITDA en el 1T afectada por extraordinarios. Crecimiento de EBITDA en 1,3 millones de euros sin estos extraordinarios.

A partir del ejercicio 2019, las unidades transversales de comercialización publicitaria (PBS) y Tecnología han pasado a formar parte del área de prensa.

En el área de prensa, los ingresos muestran una caída del 4%, alcanzando los 49 millones de euros. Dicha caída viene explicada por la caída de circulación y por la caída estacional de ingresos por promociones y ventas de activos.

Los ingresos de publicidad, principal fuente de ingresos de la prensa, crecen en el periodo un 10%.

- Los ingresos de publicidad digital crecen un 27% representando ya un 58% del total de la publicidad (79% en diario AS).
- Los ingresos de publicidad en papel caen un 4% moderando notoriamente su caída.

Los ingresos por circulación caen un 12%, con una mejora en los márgenes de circulación del 34% tras los acuerdos alcanzados en distribución, impresión y tecnología encaminados a variabilizar el coste de los ejemplares físicos.

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

Ejemplares, Difusión Total	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var.%
El País	113.243	164.225	(31,0)
España	100.827	112.024	(10,0)
Internacional	12.416	52.201	(76,2)
Diario AS	88.237	99.715	(11,5)

Cabe destacar que en la evolución de difusión de El País, en España, la venta al número en Marzo crece un 5,6%, mostrando un mejor comportamiento que la competencia.

En la evolución de difusión de El País, la caída en Internacional obedece a la eliminación desde Junio de 2018 de la difusión en Miami, República Dominicana y Perú, y dentro de su estrategia de continua transformación digital y mejora de rentabilidad. En LatAm, se ha mantenido en Argentina y México.

En cuanto al EBITDA comparable de prensa, alcanza los -2 millones comparado con -1,3 millones en el mismo período de 2018. La comparativa del primer trimestre se ha visto afectada por extraordinarios como el lanzamiento de campaña de marca en el 1T de 2019 y la venta de activos en el 1T de 2018 entre otros. Sin los extraordinarios, el EBITDA habría aumentado en 1,3 millones de euros.



MEDIA CAPITAL

Los resultados comparables son los resultados reportados ajustando únicamente en 2018 el efecto NIIF16 estimado. Los resultados tanto en 2019 como en 2018 incluyen las provisiones en el EBITDA.

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var.%
Resultados Comparables			
Ingresos de Explotación	39,3	38,7	1,5
<i>Publicidad</i>	25,2	24,3	4,0
<i>Otros</i>	14,1	14,4	(2,7)
EBITDA Comparable	1,0	5,8	(82,7)
<i>Margen EBITDA</i>	2,6%	14,9%	
EBIT Comparable	(1,2)	3,7	---
<i>Margen EBIT</i>	-2,9%	9,5%	

Millones de €			
	2019	2018	Var.%
Resultados Reportados			
Ingresos de Explotación	39,3	38,7	1,5
Gastos de Explotación Contables	38,3	33,5	14,2
EBITDA Contable	1,0	5,2	(80,7)
<i>Margen EBITDA</i>	2,6%	13,4%	
EBIT Contable	(1,2)	3,7	---
<i>Margen EBIT</i>	-2,9%	9,5%	

Ajustes en resultados reportados

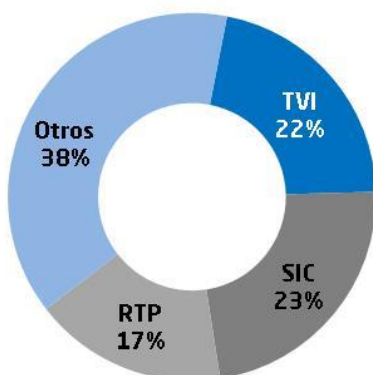
Millones de €			
	2019	2018	Var.%
Efecto NIIF16			
Efecto NIIF16 en Gastos	0,0	(0,6)	100,0
IFRS16		(0,6)	100,0
Efecto NIIF16 en Amortización	0,0	0,6	(100,0)
IFRS16		0,6	(100,0)

MEDIA CAPITAL

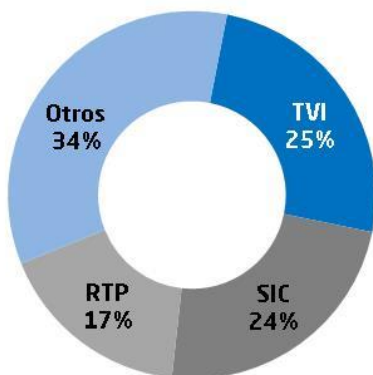
A_POSICIÓN DE MERCADO

TVI mantiene el liderazgo en prime time, alcanzando unas audiencias medias diarias de 22% y 25% en 24h y prime time respectivamente, sobre el total de Televisión (incluye la totalidad de canales de TVI y para el principal target comercial: Adultos).

Enero – Marzo 2019 (24hrs)



Enero – Marzo 2019 (Prime Time)



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

La cuota de audiencia media consolidada de Radio de Media Capital alcanza el 34,4%.

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

- **Radio Comercial** mantiene el liderazgo del mercado con un share del 20,6%.
- **M80, la cadena de radio musical**, mejora su audiencia alcanzando el 10,2%.

B_EVOLUCIÓN OPERATIVA

En la evolución operativa de Media Capital del 1T de 2019 cabe destacar:

- **Buen comportamiento de los ingresos publicitarios del conjunto del grupo que crecen un 4% en el trimestre.**
- **Refuerzo de la programación extraordinario en TVI en el 1T del ejercicio especialmente en prime time, en un entorno de mercado muy competitivo**
- **Destaca el comportamiento de la radio con un fuerte crecimiento en ingresos y un gran apalancamiento operativo.**

Los ingresos de explotación suben un 1,5% en el período hasta alcanzar los 39,3 millones de euros.

- ✓ La **publicidad** registra en el período un crecimiento del 4%.
- ✓ Los **otros ingresos** (derechos de canales y multimedia) registran una caída del 2,7%.

Por negocios,

- ✓ **TVI** alcanzó en el 1T de 2019 unos ingresos de 31,5 millones, prácticamente en línea con los 31,7 millones alcanzados en el mismo período del ejercicio anterior.
- ✓ El negocio de **Radio** de Media Capital muestra un crecimiento en ingresos del +41,6% con una mejora operativa del 42,3%.

El EBITDA comparable del conjunto de negocios de Media Capital alcanza 1 millón de euros frente a los 5,8 millones registrados en el mismo período del ejercicio. Esta evolución viene explicada por el refuerzo extraordinario realizado en el 1T de 2019 en programación (principalmente enfocado en el mantenimiento del liderazgo en prime-time) y que estaba prevista por la compañía.



DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var.%
Resultados Reportados			
EBIT Contable	(5,1)	45,4	---
<i>Margen EBIT</i>	<i>-1,7%</i>	<i>17,6%</i>	
Resultado Financiero	(20,3)	(15,6)	(29,9)
Gastos por intereses de financiación	(14,7)	(12,6)	(16,4)
Otros resultados financieros	(5,6)	(3,0)	(87,1)
Resultado puesta en equivalencia	0,3	0,8	(55,7)
Resultado antes de impuestos	(25,0)	30,6	---
Impuesto sobre sociedades	20,8	13,4	55,4
Resultado operaciones en discontinuación	0,4	0,0	---
Resultado atribuido a socios externos	(4,8)	5,4	---
Resultado Neto	(40,6)	11,8	---
Mediapro sentence *	(40,8)		---
IFRS16		(1,4)	100,0
Resultado Neto Comparable	0,2	10,4	(97,7)

El resultado neto comparable excluyendo impacto NIFF16 y sentencia Mediapro alcanza los 0,2 millones de euros

- Los gastos por intereses de financiación se incrementan en 2,1 millones de euros explicados por el nuevo contrato de financiación que entro en vigor en Junio de 2018.
- Los otros resultados financieros empeoran fundamentalmente por la actualización del pasivo del dividendo de DLJ por la evolución del dólar/euro comparado con el año anterior.
- El gasto por impuesto de sociedades se incrementa fundamentalmente por haber dejado de activar bases imponibles negativas y por la no deducibilidad de los gastos financieros acordes a la política fiscal realizada en 2018.

* De acuerdo con el método de integración global, los socios minoritarios de AVS participan en el 20% del resultado neto de dicha compañía, de acuerdo con su porcentaje de participación. A este respecto, si la Sociedad no pudiera recuperar el saldo reconocido con los intereses minoritarios tras el registro del Auto de Mediapro a 31 de marzo de 2019 -mediante la generación de nuevos ingresos o aportaciones proporcionales de los socios a los fondos propios de AVS por cualquier medio admitido en Derecho-, el "resultado atribuido a la sociedad dominante" se vería minorado en un importe aproximado de 10 millones de euros.

En la actualidad, está pendiente de resolución el fallo del recurso de apelación presentado por AVS ante la Audiencia Provincial de Barcelona en el procedimiento relativo a la demanda contra Mediapro por importe de hasta 136 millones de euros por enriquecimiento injusto derivado de la utilización ilegítima de sus derechos audiovisuales por parte de Mediapro durante las temporadas 2007/2008 y 2008/2009.



POSICIÓN FINANCIERA

B_ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO 1T2019

Millones de €	Mar. 2019	Mar. 2018	Var. 19/18	
			Abs.	Rel
EBITDA (excluyendo indemnizaciones y Mediapro)	74,8	82,3	-7,5	-9,1%
Variación del circulante ajustado Mediapro(**)	-12,0	-5,0	-7,0	-140,6%
Pago de indemnizaciones	-6,5	-11,8	5,3	44,8%
Pago de impuestos	-9,2	-5,8	-3,4	-59,4%
Otros flujos de las actividades de explotación	-1,5	-1,4	-0,1	-9,0%
Capex	-16,9	-12,8	-4,1	-32,2%
Inmovilizado financiero	0,3	-0,2	0,6	---
CASH FLOW ANTES DE FINANCIACIÓN	28,9	45,2	-16,3	-36,1%
Pago de intereses	-13,7	-9,1	-4,6	-50,8%
Otros flujos de las actividades de financiación (*)	-9,9	-12,3	2,4	19,2%
- NIIF 16	-8,9	-8,9	0,0	-0,6%
- Otros	-1,0	-3,4	2,4	70,2%
CASH FLOW DE FINANCIACIÓN	-23,6	-21,4	-2,2	-10,5%
Efecto del tipo de cambio, efecto perímetro y otros	2,3	-1,6	4,0	---
CASH FLOW ANTES DE DESINVERSIONES, DIVIDENDOS Y PNLD 2018	7,6	22,2	-14,6	-65,7%
Desinversiones	1,0	0,0	1,0	---
Pago de dividendos	-3,2	-0,5	-2,8	-591,1%
PNLD 2017 cobrado en 2018	0,0	26,2	-26,2	-1,0
GENERACIÓN DE CAJA ANTES DE OPERACIONES	5,4	48,0	-42,5	-88,7%
Ampliación de capital	0,0	563,2	-563,2	---
Fondos ampliación de capital	0,0	563,2	-563,2	-1,0
Adquisición 3i	-36,1	0,0	-36,1	---
CASH FLOW	-30,7	611,2	-641,9	---

(*) En 2018 ajustada la NIIF16 en EBITDA y otros flujos de financiación

(**) Ajustado 26,2M€ del la venta pública de BRZ de 2017 cobrada en 2018

En el 1T de2019, la **generación de caja antes de las operaciones** de capital ha sido de **5,4 millones de euros** frente a **48 millones** en el mismo período de 2018:

- Las principales diferencias obedecen a:
 - los cobros en 1T de 2018 de 26 millones de euros que quedaron pendientes de la campaña institucional en Brasil del ejercicio 2017, mientras que la campaña de 2018 se cobro casi en su totalidad en 2018.
 - Mejora de ingresos de publicidad de la radio en 5 millones de euros que están pendientes de cobro.
 - Mayor inversión en Capex principalmente en Santillana.
 - Mayor pago de intereses por la entrada en vigor del nuevo contrato de financiación.

CAPEX

CAPEX

Millones de €	Mar. 2019	Mar. 2018	Var. 19/18
Santillana	-14,5	-11,4	-3,1
Radio	-0,5	-0,5	0,0
Prisa Noticias	-0,7	-0,4	-0,3
Media Capital	-0,6	-0,4	-0,2
Otros	-0,7	-0,3	-0,5
Total GRUPO PRISA	-16,9	-12,8	-4,1

POSICIÓN FINANCIERA

C_POSICIÓN FINANCIERA BANCARIA NETA

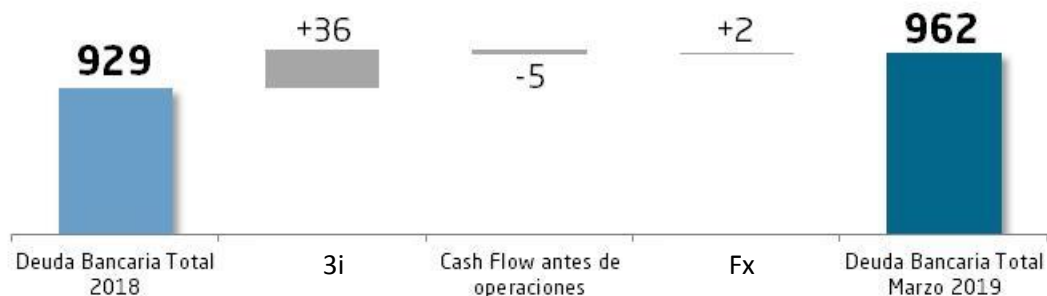
DEUDA BANCARIA TOTAL

Millones de €	Mar. 2019	Dic. 2018	Var. 19/18	
			Abs.	Rel.
- Deudas con entidades de crédito	1.252,5	1.225,8	26,7	2,2%
- Deudas con entidades de crédito largo plazo	1.185,0	1.149,7	35,4	3,1%
- Deudas con entidades de crédito corto plazo	67,5	76,1	-8,6	-11,3%
Inversiones financieras corrientes	-22,4	-24,9	2,5	10,1%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	-289,9	-295,1	5,2	1,8%
Fair value/Gastos de formalización	21,6	22,9	-1,3	-5,8%
DEUDA BANCARIA TOTAL	961,8	928,6	33,1	3,6%

DEUDA BANCARIA TOTAL POR UU.NN (incluyendo interco)

Millones de €	Mar. 2019	Dic. 2018	Var. 19/18	
			Abs.	Rel.
Prisa Holding+ Prisa Gestión Financiera+PAE+Otros	909,4	896,0	13,4	1,5%
- Deudas con entidades de crédito	1.159,7	1.123,4	36,3	3,2%
- Caja, IFT y deuda intragrupo	-250,4	-227,5	-22,9	-10,1%
<i>Caja cash pooling</i>	-201,0	-203,7	2,7	1,3%
<i>Caja otros</i>	-0,9	-0,6	-0,3	-57,1%
<i>IFT</i>	-15,0	-16,3	1,3	7,9%
<i>Barrido intergrupo</i>	-6,9	-0,1	-6,8	---
<i>Préstamos intergrupo</i>	-26,6	-6,8	-19,8	-290,5%
Santillana	-42,7	-46,7	3,9	8,4%
Radio	-3,6	-28,5	24,9	87,3%
Prisa Noticias	16,8	23,4	-6,6	-28,4%
Media Capital	82,0	84,4	-2,4	-2,9%
DEUDA BANCARIA TOTAL	961,8	928,6	33,1	3,6%

La evolución de la deuda neta bancaria en el 1T de 2019 se muestra a continuación:





OUTLOOK 2019

OUTLOOK 2019

Educación

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

Radio

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

Prensa

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

Media Capital

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

Evolución de tipos de cambio

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

Generación de caja recurrente

- Generación de caja recurrente en línea con 2018 o superior, mejorando a lo largo de los trimestres debido a la estacionalidad del negocio, llegando a ser negativa en el primer semestre.
- Pago a 3i (no recurrente) por importe de 36,1 millones de euros estimado en febrero de 2019.



ANEXO

1. Balance	23
2. Otros hechos significativos	24
3. Desglose de Ingresos y EBITDA comparable por U.N y ajustes	27
4. Conciliación entre EBITDA y EBIT contable y EBITDA y EBIT comparable	29
5. Bridge entre Ebitda reporting 2019 y ebitda reporting 2018	31
6. Evolución del tipo de cambio	32



BALANCE

		ACTIVO	
Millones de euros		31/03/2019	31/12/2018
ACTIVO NO CORRIENTE		1.042,97	813,27
Inmovilizado material		276,03	87,69
Fondo de comercio		411,82	408,85
Inmovilizado inmaterial		146,81	111,24
Inversiones financieras no corrientes		25,98	24,61
Sociedades puestas en equivalencia		44,69	43,08
Activos por impuestos diferidos		135,28	135,36
Otros activos no corrientes		2,37	2,44
ACTIVOS CORRIENTES		841,06	847,45
Existencias		142,50	150,35
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		374,18	370,09
Inversiones financieras corrientes		22,41	24,94
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes		289,89	295,09
Activos mantenidos para la venta		12,08	6,99
TOTAL ACTIVO		1.884,03	1.660,72
		PASIVO	
Millones de euros		31/03/2019	31/12/2018
PATRIMONIO NETO		-276,67	-235,81
Capital suscrito		524,90	524,90
Reservas		-827,20	-566,01
Resultados atribuibles a la Sociedad Dominante		-40,59	-269,35
Socios Externos		66,22	74,65
PASIVOS NO CORRIENTES		1.567,92	1.325,37
Deudas con entidades de crédito		1.185,02	1.149,66
Otros pasivos financieros no corrientes		334,12	125,70
Pasivos por impuestos diferidos		19,23	18,61
Provisiones		26,94	28,57
Otros pasivos no corrientes		2,61	2,83
PASIVOS CORRIENTES		592,78	571,16
Deudas con entidades de crédito		67,49	76,12
Otros pasivos financieros corrientes		45,07	58,64
Acreedores comerciales		253,21	270,98
Otras deudas corrientes		176,31	130,36
Ajustes por periodificación		42,16	32,13
Pasivos mantenidos para la venta		8,55	2,92
TOTAL PASIVO		1.884,03	1.660,72

1 Variaciones principalmente explicadas por la entrada en vigor de la NIIF 16 (€223Mn)

OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

AUMENTOS Y REDUCCIONES DE CAPITAL SOCIAL/ TRANSMISIONES Y ADQUISICIONES DE PARTICIPACIONES SOCIETARIAS

Prisa Activos Educativos, S.L.U.—filial íntegramente participada de Prisa y titular del 75% del capital de Grupo Santillana Educación Global, S.L. (“Santillana”)— ha firmado **con fecha 26 de Febrero de 2019** un contrato de compraventa para la adquisición de las participaciones representativas del 25% restante de Santillana titularidad de DLJAP Publishing Limited (“DLJ”), sociedad participada por fondos asesorados y gestionados por Victoria Capital Partners (la “Adquisición”). La Adquisición ha sido aprobada por unanimidad en el Consejo de Administración de la Sociedad celebrado el 26 de febrero de 2019. El precio de la Adquisición ha quedado establecido en un importe fijo de 312,5 millones de euros (la “Contraprestación Total”) y será satisfecho íntegramente en efectivo en la fecha en que se cierre la Adquisición. Dicho cierre está condicionado a la obtención de la preceptiva autorización de las autoridades de competencia españolas, la cual se espera notificar de inmediato y obtener durante el mes de marzo de 2019, así como a la ejecución de la ampliación de capital referida a continuación. La Contraprestación Total se espera que se financie mediante una combinación de (i) fondos disponibles en el balance de la Sociedad procedentes principalmente del aumento de capital con derechos de suscripción preferente realizado en febrero de 2018; y (ii) fondos procedentes de un aumento de capital con derecho de suscripción preferente en el importe y con las condiciones que determine el Consejo de Administración de Sociedad. Banco Santander, S.A. ha suscrito en el día de hoy con la Sociedad un compromiso de aseguramiento, sujeto a los términos habituales en este tipo de documentos, en virtud del cual se ha comprometido a asegurar dicho aumento de capital hasta un importe máximo de 200 millones de euros a un precio de emisión que se determinará en el correspondiente contrato de aseguramiento. Además, accionistas que representan un 42% del capital social de la Sociedad han manifestado ya a la misma su intención de participar en el referido aumento de capital. La operación proyectada cuenta con los consentimientos precisos por parte de las entidades acreedoras de la Sociedad.

La Sociedad comunica **con fecha 20 de marzo** que ha acordado llevar a cabo el aumento de capital mediante aportaciones dinerarias y con reconocimiento del derecho de suscripción preferente, por un importe efectivo de 199.823.585,01 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de 150.243.297 nuevas acciones ordinarias, a un tipo de emisión de 1,33 euros por acción (0,94 euros de valor nominal y con una prima emisión de 0,39 euros cada una), de la misma clase y serie que las actualmente en circulación, todo ello al amparo de la delegación otorgada por la Junta General Ordinaria de Accionistas de Prisa celebrada el 25 de abril de 2018 (la “Ampliación con Derechos”). Los fondos de la Ampliación con Derechos se destinarán a financiar parcialmente la adquisición del 25% del capital de Grupo Santillana Educación Global, S.L., aprobada por el Consejo de Administración durante su reunión de 26 de febrero de 2019 y publicada mediante el Hecho Relevante referido anteriormente. La Ampliación con Derechos se ha aprobado tomando en consideración los compromisos irrevocables y manifestaciones de interés recibidos de algunos de los principales accionistas de la Sociedad, los cuales representan aproximadamente el 42% de las nuevas acciones a emitir en virtud de la Ampliación con Derechos. Asimismo, la Sociedad ha firmado con fecha 20 de Marzo un contrato de aseguramiento y colocación con Banco Santander, S.A. (como Coordinador Global Senior y Joint Bookrunner), Morgan Stanley & Co. International plc (como Coordinador Global y Joint Bookrunner) y Alantia Capital Markets, S.V., S.A. (como Co-Lead Manager). El acuerdo de aseguramiento y colocación, junto con los compromisos de suscripción y manifestaciones de interés recibidos de ciertos accionistas significativos de la Sociedad, cubren el 100% de la Ampliación con Derechos. El folleto informativo en el que, entre otros, se recogerán los términos y condiciones de la Ampliación con Derechos y el procedimiento de suscripción y desembolso de las nuevas acciones, se presentará para su verificación y registro por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Con fecha 21 de Marzo de 2019 la Comisión Nacional del Mercado de Valores (“CNMV”) ha verificado e inscrito en sus registros oficiales el folleto informativo correspondiente al aumento de capital mediante aportaciones dinerarias y con reconocimiento del derecho de suscripción preferente referido en los citados Hechos Relevantes. Dicho folleto informativo, que recoge los términos y condiciones del aumento de capital, así como el procedimiento de suscripción y desembolso de las acciones a emitir en virtud del mencionado aumento, se encuentra disponible desde este momento en formato electrónico en la página web de la Sociedad (www.prisa.com) y de la CNMV (www.cnmv.es).

OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

AUMENTOS Y REDUCCIONES DE CAPITAL SOCIAL

Con fecha **11 de abril**, en el marco del aumento de capital con derechos de suscripción preferente de la Sociedad (el “Aumento de Capital”) y como continuación a los hechos relevantes publicados el 26 de febrero, el 8 de marzo y el 20 de marzo de 2019 (con números de registro 275178, 275835 y 276277, respectivamente), la Sociedad informa de que, tras la finalización del periodo de suscripción preferente y del periodo de asignación adicional, se han suscrito el total de las 150.243.297 acciones ofrecidas en el Aumento de Capital, por importe efectivo (nominal más prima de emisión) de 199.823.585,01 euros, con el detalle que se indica a continuación: – Periodo de suscripción preferente Durante el periodo de suscripción preferente, finalizado el día 6 de abril de 2019, se han suscrito, en ejercicio de los derechos de suscripción preferente, 149.974.442 nuevas acciones de la Sociedad, representativas del 99,82% del Aumento de Capital. – Periodo de asignación adicional Durante el periodo de suscripción preferente han sido solicitadas 2.942.998.076 acciones adicionales. En este sentido, durante el periodo de asignación adicional, que ha finalizado el día de hoy, se han suscrito un total de 268.855 nuevas acciones de la Sociedad, representativas del 0,18% del Aumento de Capital. Dado que el número de acciones adicionales solicitadas ha sido superior a las acciones no suscritas en ejercicio del derecho de suscripción preferente, se ha llevado a cabo el correspondiente prorrateo de conformidad con lo previsto en la nota sobre las acciones que forma parte del folleto informativo aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 21 de marzo de 2019 (la “Nota sobre las Acciones”). La suma de las acciones suscritas en el periodo de suscripción preferente y el número de acciones adicionales solicitadas en dicho periodo representan una demanda que ha superado en más de 20 veces las acciones nuevas ofrecidas en el Aumento de Capital. Como consecuencia de todo lo anterior, y dado que las 150.243.297 acciones ofrecidas en el Aumento de Capital han sido suscritas en su integridad, no se procederá a la apertura del periodo de asignación discrecional previsto en el apartado D del epígrafe 5.1.3 de la Nota sobre las Acciones.

Con fecha **12 de abril** la Sociedad comunica que la escritura relativa al Aumento de Capital ha quedado debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Por tanto, **el nuevo capital social de Prisa ha quedado fijado en 666.131.181,42 euros, representado por 708.650.193 acciones de 0,94 euros de valor nominal cada una, todas ellas pertenecientes a una única clase y serie.**

Como continuación del hecho relevante publicado el 12 de abril de 2019 (número de registro 277110), relativo a la inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de aumento de capital con derechos de suscripción preferente de Prisa, la Sociedad informa **con fecha 15 de abril**: (i) la Comisión Nacional del Mercado de Valores ha verificado que concurren los requisitos exigidos para la admisión a negociación de las nuevas 150.243.297 acciones de Prisa emitidas en el marco de dicho aumento de capital; y (ii) las Sociedades rectoras de las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia (las “Bolsas de Valores Españolas”) han acordado la admisión a negociación de las referidas nuevas acciones. En este sentido, se prevé que la negociación efectiva de las nuevas acciones en las Bolsas de Valores Españolas a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) comience el 16 de abril de 2019.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración de la Sociedad celebrado el **29 de abril de 2019**, a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo y del Presidente del Consejo, acordó el nombramiento del consejero Don Joseph Oughourlian como Vicepresidente no ejecutivo del Consejo de Administración de Prisa.

CALIFICACIONES CREDITICIAS

El **7 de mayo de 2019**, las agencias de calificación crediticia Moody's y Standard & Poor's asignaron a la Sociedad una calificación de “B2” y “B”, respectivamente, en ambos casos con perspectiva estable.

OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS

RESOLUCION DE PROCESOS JUDICIALES O ADMINISTRATIVOS

En relación con el recurso de apelación presentado por Mediaproducción, S.L. (“Mediapro”) en el marco del incidente de determinación de daños y perjuicios derivados de la medida cautelar impuesta en 2007 durante el procedimiento judicial relativo al contrato para la explotación de derechos de retransmisión deportiva entre Audiovisual Sport, S.L. (“AVS” -sociedad del Grupo Prisa y de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals-), Sogecable, S.A.U. (sociedad absorbida por Prisa), TVC multimedia, S.L. y Mediapro, al que se hace referencia expresa en el apartado 20.8 del folleto informativo aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 21 de marzo de 2019 (el “Folleto Informativo”) y en la nota 24 de la memoria de las cuentas consolidadas formuladas y auditadas de la Sociedad correspondientes al ejercicio 2018 (las “Cuentas Anuales Consolidadas de 2018”), la Sociedad informa con fecha 12 de Abril de que ha sido notificado el auto dictado por la Sala Civil de la Audiencia Provincial de Madrid mediante el cual se estima el recurso de apelación presentado por Mediapro (el “Auto”). Este Auto, contra el que no cabe recurso ordinario, supone la condena a AVS al pago a Mediapro de 51 millones de euros en concepto de daños y perjuicios. Como garantía de dicho procedimiento, AVS había presentado un aval por importe de 50 millones de euros, tal y como se describe en el Folleto Informativo y en la memoria de las Cuentas Anuales Consolidadas de 2018. Los contratos de financiación suscritos por Prisa y ciertas filiales del Grupo con sus entidades acreedoras en junio de 2018 contemplan que en el caso que se ejecutase dicho aval, Prisa pagaría 15 millones de euros a Bankia, S.A., entidad avalista, quien asumiría el pago de los otros 35 millones, que se convertirían en deuda a largo plazo de Prisa en los mismos términos que los previstos en los referidos contratos de financiación sin que, por tanto, esta circunstancia suponga un incumplimiento de dichos contratos financieros ni afecte de forma muy significativa a las Cuentas Anuales Consolidadas de 2018. La Sociedad está evaluando las acciones legales, incluidos recursos extraordinarios y la solicitud de suspensión de la ejecución del Auto, que interpondrá en los próximos días contra el mismo

Por último, es preciso tener en cuenta que la Sociedad está pendiente de conocer el resultado del fallo del recurso de apelación presentado por AVS ante la Audiencia Provincial de Barcelona en el procedimiento relativo a la demanda contra Mediapro por importe de 85 millones de euros por enriquecimiento injusto derivado de la utilización ilegítima de sus derechos audiovisuales por parte de Mediapro durante las temporadas 2007/2008 y 2008/2009, el cual se detalla asimismo en el apartado 20.8 del Folleto Informativo y en la nota 24 de las Cuentas Anuales Consolidadas de 2018. En relación con este pleito, si el fallo no fuera favorable, la Sociedad perdería la posibilidad de ser indemnizada pero no se vería obligada en ningún caso a abonar indemnización alguna a la otra parte.



DESGLOSE DE INGRESOS Y EBITDA COMPARABLE POR U.N.

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
Ingresos de Explotación			
GRUPO	312,3	321,0	(2,7)
Educación	168,9	173,7	(2,8)
Radio	60,1	58,8	2,1
Prensa Total - incluye PBSy Tecnología	49,1	51,1	(4,0)
Media Capital	39,3	38,7	1,5
Otros	(5,0)	(1,4)	---
EBITDA Comparable			
GRUPO	70,0	71,6	(2,2)
Educación	66,2	68,2	(2,9)
Radio	8,0	5,7	40,6
Prensa Total - incluye PBSy Tecnología	(3,1)	(3,1)	0,2
Media Capital	1,0	5,8	(82,7)
Otros	(2,2)	(5,1)	56,6
EBITDA Comparable sin indemnizaciones			
GRUPO	74,8	82,3	(9,1)
Educación	66,7	69,4	(3,9)
Radio	9,3	10,0	(7,1)
Prensa Total - incluye PBSy Tecnología	(0,8)	(0,8)	0,0
Media Capital	1,7	5,9	(72,0)
Otros	(2,0)	(2,2)	8,0

AJUSTES ENTRE EBITDA Y EBIT REPORTADO Y EBITDA Y EBIT COMPARABLE

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
Efecto Sentencia Mediapro y NIIF16			
Efecto en Gastos	51,0	(8,9)	---
Mediapro Rulling	51,0	---	---
IFRS16	---	(8,9)	100,0
Efecto en Amortización	0,0	7,0	(100,0)
IFRS16	---	7,0	(100,0)

- a) **Sentencia Mediapro:** La compañía ha provisionado 51 millones de euros por el resultado negativo de uno de los procedimientos judiciales abiertos con Mediapro a pesar de estar evaluando acciones legales incluidos recursos extraordinarios y estar pendiente de conocer el resultado de un fallo relativo a una demanda contra Mediapro por importe de hasta 136 millones de euros.
- b) **NIIF16:** Recoge el impacto estimado de la implantación de la NIIF16 en 2018 para hacer los ejercicios comparables.



AJUSTES DE EBIT A RESULTADO NETO

Millones de €	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var. %
Impactos sentencia Mediapro y efecto NIIF16			
EBIT Contable	(5,1)	45,4	---
Mediapro Rulling	51,0		
Efecto NIIF16		1,8	
EBIT Comparable	46,0	47,2	(2,7)
 Resultado Financiero Contable	 (20,3)	 (15,6)	 (29,9)
Efecto NIIF16		(3,2)	
Resultado Financiero Comparable	(20,3)	(18,9)	(7,6)
 Resultado atribuido a socios externos contable	 (4,8)	 5,4	 ---
Mediapro Rulling	10,2		
Resultado atribuido a socios externos comparable	5,4	5,4	0,4
Resultado Neto	(40,6)	11,8	---
Mediapro sentence	40,8		---
IFRS16		(1,4)	100,0
Resultado Neto Comparable	0,2	10,4	(97,7)



CONCILIACIÓN ENTRE EBITDA Y EBIT CONTABLE Y EBITDA Y EBIT COMPARABLE

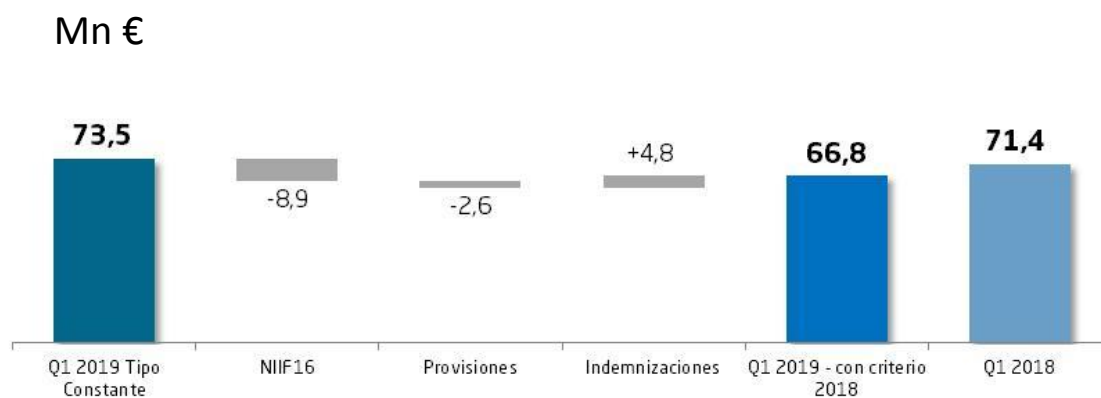
A partir de 2019, las provisiones se incluyen en el EBITDA. En el 1T del ejercicio las provisiones son negativas por las devoluciones de libros.

Millones de € GRUPO	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var.%
EBITDA criterio anterior contable		60,5	(100,0)
Provisiones		2,2	
EBITDA Contable	19,0	62,7	(69,8)
Mediapro Rulling	51,0		
Efecto NIIF16		8,9	
EBITDA Comparable	70,0	71,6	(2,2)
Amortizaciones	24,0	24,4	(1,7)
Pérdidas de inmovilizado	0,0	(0,1)	---
Resultado de Explotación Comparable	46,0	47,2	(2,7)
Mediapro Rulling	(51,0)		
Efecto NIIF16		(1,8)	
EBIT Contable	(5,1)	45,4	---
ENERO - MARZO			
EDUCACIÓN	2019	2018	Var.%
EBITDA criterio anterior contable		61,8	(100,0)
Provisiones		3,0	
EBITDA Contable	66,2	64,8	2,2
Efecto NIIF16		3,4	
EBITDA Comparable	66,2	68,2	(2,9)
Amortizaciones	14,7	15,4	(4,5)
Pérdidas de inmovilizado	0,0	(0,1)	---
Resultado de Explotación Comparable	51,5	52,9	(2,7)
Efecto NIIF16		(0,6)	100,0
EBIT Contable	51,5	52,3	(1,5)
ENERO - MARZO			
RADIO	2019	2018	Var.%
EBITDA criterio anterior contable		2,8	(100,0)
Provisiones		(0,2)	
EBITDA Contable	8,0	2,5	---
Efecto NIIF16	0,0	3,2	(100,0)
EBITDA Comparable	8,0	5,7	40,6
Amortizaciones	4,4	4,4	0,6
Pérdidas de inmovilizado	0,0	0,0	68,4
Resultado de Explotación Comparable	3,6	1,3	173,6
Efecto NIIF16		(0,8)	100,0
EBIT Contable	3,6	0,5	---



CONCILIACIÓN ENTRE EBITDA Y EBIT CONTABLE Y EBITDA Y EBIT COMPARABLE

Noticias Gestión	ENERO - MARZO		
	2019	2018	Var.%
EBITDA criterio anterior contable		(3,9)	100,0
Provisiones		(0,5)	
EBITDA Contable	(3,1)	(4,4)	30,8
Efecto NIIF16		1,4	(100,0)
EBITDA Comparable	(3,1)	(3,1)	0,2
Amortizaciones	2,3	2,1	10,7
Pérdidas de inmovilizado	(0,0)	0,0	---
Resultado de Explotación Comparable	(5,4)	(5,2)	(4,3)
Efecto NIIF16		(0,4)	100,0
EBIT Contable	(5,4)	(5,6)	2,7
ENERO - MARZO			
MEDIA CAPITAL	2019	2018	Var.%
EBITDA criterio anterior contable		5,3	(100,0)
Provisiones		(0,1)	
EBITDA Contable	1,0	5,2	(80,7)
Efecto NIIF16	0,0	0,6	(100,0)
EBITDA Comparable	1,0	5,8	(82,7)
Amortizaciones	2,2	2,1	1,8
Pérdidas de inmovilizado	(0,0)	0,0	---
Resultado de Explotación Comparable	(1,2)	3,7	---
Efecto NIIF16		0,0	(100,0)
EBIT Contable	(1,2)	3,7	---
ENERO - MARZO			
OTROS	2019	2018	Var.%
EBITDA criterio anterior contable		(5,4)	100,0
Provisiones		(0,0)	100,0
EBITDA Contable	(53,2)	(5,4)	---
Mediapro Rulling	51,0		
Efecto NIIF16	0,0	0,3	(100,0)
EBITDA Comparable	(2,2)	(5,1)	56,6
Amortizaciones	0,3	0,4	(7,1)
Pérdidas de inmovilizado	(0,0)	0,0	---
Resultado de Explotación Comparable	(2,5)	(5,5)	53,3
Mediapro Rulling	(51,0)		
Efecto NIIF16	0,0	(0,0)	100,0
EBIT Contable	(53,6)	(5,5)	---

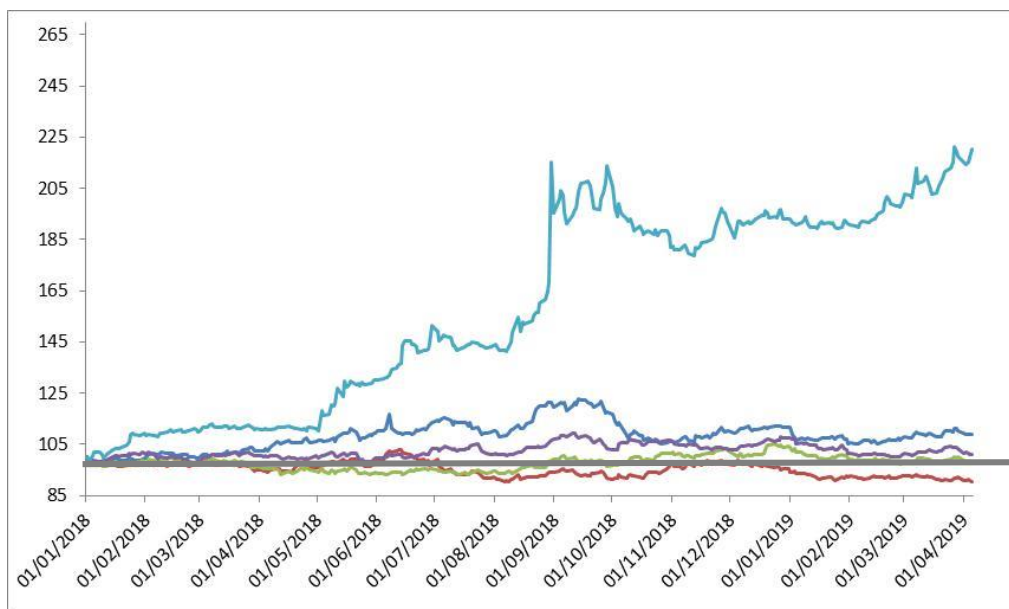
EBITDA BRIDGE ENTRE 2019 REPORTING Y 2018 REPORTING

EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO

Evolución tipo de cambio vs Euro 1T2019/1T2018

Los resultados del Grupo en Latinoamérica se han visto afectados por la evolución del tipo de cambio en la región, principalmente en Brasil y Argentina (hiperinflación).

El impacto FX sobre los ingresos y el EBITDA del Grupo en el 1T de 2019 ha sido negativo. El impacto ha sido de -7,4 millones de euros en ingresos y de -3,4 millones de euros en EBITDA.



— BRL — MXN — COP — CLP — ARG

	BRL	MXN	COP	CLP	ARG
1Q2018	3,99	23,01	3.509,07	740,26	24,20
2Q2018	4,30	23,13	3.386,10	740,94	27,91
3Q2018	4,59	22,04	3.442,46	771,05	37,15
4Q2018	4,35	22,63	3.615,20	776,16	42,36
1T2019	4,30	21,72	3.556,58	756,71	45,01

Fuente: Bloomberg



Relación con Inversores

+34 91 330 1085

ir@prisa.com

www.prisa.com